

العروض الحرة: الإرشادات

المادة 1

المعارض التنافسية

أُعِدَّتْ هذه الإرشادات الخاصة بالعروض الحرة لمساعدة لجنة التحكيم على تقييم العروض الفردية، ولمساعدة المعارضين على تطوير عروضهم.

المادة 2

القواعد

تسعى العروض الحرة إلى توسيع نطاق العرض، والسماح لهواة جمع الطوابع بإدراج عناصر من مجالات جمع أخرى، دعمًا لفهم المادة البريدية المعروضة وتطويرًا له.

وهي تتيح فرصة لعرض نطاق البحث الذي أجراه المعارض، من خلال إظهار المادة البريدية في سياقها الثقافي أو الاجتماعي أو الصناعي أو التجاري أو أي سياق آخر، وإظهار معرفة أوسع وأعمق بالموضوع.

ومن خلال السماح بنطاق أوسع من المواد، تهدف العروض الحرة أيضًا إلى جذب هواة جدد إلى مهارة ومتعة العرض، وإظهار جاذبيتها كهواية.

2.1 يجب ألا تقل نسبة المادة البريدية عن 50% من العرض.

2.2 لا يُشترط أن تشكّل المادة غير البريدية نصف العرض، لكن تنوّع المادة غير البريدية سيؤثر في تقييم "المعالجة" و"المادة" على حدّ سواء.

المادة 3

مبادئ تكوين العرض

تُظهر العروض الحرة الجانبين البريدي وغير البريدي معًا، ويجب أن يطرّف العرض الموضوع المختار بأسلوب مبتكر وإبداعي. يمكن أن تشمل العروض الحرة:

3.1 جميع أنواع المادة البريدية المدرجة في فئات العرض الأخرى (انظر: اللوائح الخاصة "SREVS").

3.2 يمكن أن تشمل المادة غير البريدية جميع أنواع العناصر، باستثناء المواد الخطرة أو الممنوعة. ويجب أن تكون العناصر غير البريدية ذات صلة بالموضوع المختار وأن تخدم توضيحه.

3.3 يجب أن يُظهر العرض الحر تطوّر الموضوع المختار بأسلوب مبتكر وإبداعي.

3.4 يجب وصف العناصر البريدية بالمصطلحات البريدية الصحيحة، كما لو كانت في عرض مماثل من العروض التقليدية أو التاريخ البريدي أو العروض الموضوعية أو أي فئة أخرى.

3.5 يجب وصف العناصر غير البريدية، وأن تكون ذات صلة، وأن تساعد في تطوير العرض.

3.6 يمكن تخطيط العروض زمنيًا أو جغرافيًا أو بأي طريقة أخرى يراها المعارض مناسبة.

المادة 4

معايير تقييم وتحكيم العروض

4.1 قد تستلزم أهمية فهم العرض الحر إدراج النص اللازم لتقديم معلومات أساسية عن الموضوع المختار. ومع ذلك، يجب أن يكون كل نص موجزًا وواضحًا، ويجب أن تُحسَّن المادة غير البريدية فهم موضوع العروض الحرة وجاذبية العرض.

4.2 تُحكَّم العروض الحرة من قبل متخصصين معتمدين في مجالاتهم.

توزيع النقاط:

المعالجة (30 نقطة)

العنوان والخطة (10 نقاط)

المعالجة (20 نقطة)

المعرفة والبحث (35 نقطة)

المعرفة والبحث البريدي (20 نقطة)

المعرفة والبحث غير البريدي (15 نقطة)

المادة (30 نقطة)

الحالة (10 نقاط)

الندرة (20 نقطة)

طريقة العرض (5 نقاط)

المجموع (100 نقطة)

المادة 5

المعالجة

5.1 يجب أن تُخصَّص 10 نقاط لـ "العنوان والخطة"، أي للعلاقة بين عنوان العرض ونطاق القصة وبنية العرض.

يجب أن يحتوي كل عرض من العروض الحرة على صفحة تمهيدية أو صفحة عنوان تُظهر:

- هدف العرض
- معلومات عامة ذات صلة بالموضوع الذي يتناوله العرض
- خطة توضح تطوُّر العرض. ولا ينبغي أن تتضمن الخطة نصًا مطوَّلًا، بل تقسيمًا منطقيًا للموضوع إلى أقسام، لإعطاء لجنة التحكيم والجمهور فكرة عن محتوى العرض
- إشارة إلى البحث الشخصي
- قائمة مراجع.

صفحة تمهيدية مُعدَّة بعناية تساعد العارض ولجنة التحكيم وزملاءه العارضين والجمهور على حدِّ سواء.

5.2 نقاط المعالجة هي 20 نقطة.

المادة 6

المعرفة والبحث

- 6.1 ينبغي تفسير البحث بمعنى أوسع، وأن يُظهر عمومًا معرفة العارض العميقة بالموضوع. وتظهر هذه المعرفة من خلال اختيار المادة واستخدام نص موجز لكن كافٍ.
- 6.2 يمكن منح ما مجموعه 35 نقطة للمعرفة والبحث.
- 6.3 تُقسّم هذه الـ35 نقطة إلى 20 نقطة للمعرفة والبحث البريدي، و15 نقطة للمعرفة والبحث غير البريدي.

المادة 7

الحالة والندرة

- 7.1 يمكن منح ما مجموعه 30 نقطة للحالة والندرة.
 - 7.1.1 تُقسّم هذه الـ30 نقطة إلى 10 نقاط لحالة المادة البريدية وغير البريدية معًا، و20 نقطة لندرة المادة البريدية وغير البريدية.
 - 7.1.2 يجب أن تختلف النسخ المستنسخة "reproductions" بنسبة 25% على الأقل عن الأصل من حيث الحجم.
 - 7.2 المادة البريدية:
 - 7.2.1 يجب أن تكون جميع المواد البريدية أصلية.
 - 7.3 المادة غير البريدية:
 - 7.3.1 يجب أن تكون جميع المواد غير البريدية، بما فيها الصور الفوتوغرافية، أصلية حيثما أمكن ذلك.
 - 7.3.2 يُتوقع من العارضين استغلال الإمكانيات المتاحة من استخدام المادة غير البريدية في تطوير الموضوع، وأن يستخدموا مجموعة متنوعة من هذه المواد، لا مجرد البطاقات البريدية المصوّرة وغيرها من المواد التصويرية.

المادة 8

العرض

- 8.1 العرض الجيد، الذي تُخصّص له خمس نقاط، مهم. ويجب أن يجذب العرض النظر، وأن تكون كل ورقة في كل إطار، وكذلك الانطباع العام عن العرض، متوازنة بشكل جيد.
- 8.2 نظرًا لأن المواد غير البريدية غالبًا ما تكون كبيرة الحجم أو غير تقليدية، فقد يكون تركيبها على أوراق بحجم A3 مفيدًا لتحقيق عرض أكثر جاذبية.
- 8.3 يجب ألا يتجاوز سمك المادة غير البريدية 5 مم، حتى يمكن تركيبها في إطارات العرض القياسية.

المادة 9

الجوائز

- 9.1 تُقيّم جميع العروض بمنح نقاط لكل معيار من المعايير المذكورة أعلاه.
- 9.2 تُمثّل الجوائز بالنقاط (من 60 إلى 100) وميدالية أو شهادة تقدير. ولن تُمنح ميداليات FIP، لكن النتائج ستُسجّل في سجل FIP. وتُمنح شهادة مشاركة للعروض التي تحصل على أقل من 60 نقطة.
- 9.3 يحق للعرض المكوّن من خمسة إطارات في العروض الحرة، والذي حصل على 85 نقطة أو أكثر في معرض تابع لـ FIP خلال السنوات العشر الأخيرة، أن يُعرض في ثمانية إطارات، بدءًا من مؤتمر FIP الثاني والسبعين في 24 يونيو 2012 في جاكارتا.

9.4 في حال وجود أي تباين في النص ناتج عن الترجمة، يُعتمد النص الإنجليزي.

من أهم أهداف العروض الحرة تشجيع جمع الطوابع.

اعتمدت إرشادات تحكيم العروض الحرة هذه في الاجتماع رقم 116 لمجلس إدارة FIP، في صوفيا، بتاريخ 16 أبريل 2018.