

التاريخ البريدي: الإرشادات

أصدرت لجنة FIP للتاريخ البريدي هذه الإرشادات لتقديم نصائح عملية حول كيفية تطبيق اللوائح العامة لتقييم العروض "GREV"، واللوائح الخاصة لتقييم عروض التاريخ البريدي "SREV"، كما وافق عليها مؤتمر FIP الـ 78 في ماكاو بالصين.

وإذا نشأ أي خلاف حول درجة السلطة بين GREV و SREV الخاصة بعروض التاريخ البريدي وهذه الإرشادات، فإن GREV هو الأعلى سلطةً، يليه SREV الخاص بالتاريخ البريدي في المرتبة الثانية، وتأتي هذه الإرشادات في مرتبة أدنى من جميع قرارات مؤتمر FIP.

وُضعت هذه الإرشادات لمساعدة العارضين في إعداد عروضهم، ومساعدة الحكام في تقييمها. وتقدّم توجيهًا ونصائح عملية حول:

- 1. تعريف عروض التاريخ البريدي وطبيعتها، وأنواعها الثلاثة
- 2. مبادئ تكوين العرض
- 3. معايير تحكيم عروض التاريخ البريدي وكيفية تطبيقها
- 4. أحكام ختامية
- 1. تعريف عروض التاريخ البريدي وطبيعتها، وأنواعها الثلاثة

1.1 يتألف عرض التاريخ البريدي من مغلّفات ورسائل مستخدمة، وقرطاسية بريدية مستخدمة، وطوابع بريدية مستخدمة، ووثائق بريدية أخرى، مختارة وموصوفة ومُرتّبة وفق خطة متوازنة تهدف إلى تطوير أي جانب من جوانب التاريخ البريدي. وتركز هذه العروض عمومًا على الأجور، والمسارات، واللوائح، والعلامات، وطرق الاستخدام، وسائر الجوانب والخدمات والوظائف والأنشطة البريدية المرتبطة بتاريخ تطور الخدمات البريدية.

1.2 تُظهر عروض التاريخ البريدي من النوعين 2A و 2B وتشرح، من خلال تحليل القطع البريدية داخلها، تطوّر خدمة بريدية واحدة أو أكثر أو تشغيلها، والتطبيق العملي للأجور والقوانين واللوائح البريدية، ودراسة وتصنيف استخدام المواد البريدية و/أو العلامات البريدية لتوضيح الموضوع الرئيسي للعرض. أما عروض الدراسات التاريخية والاجتماعية والخاصة (النوع 2C، انظر أدناه)، فتُظهر تفاعل النظام البريدي مع المجتمع والأحداث والتجارة أو الجغرافيا التاريخية لمنطقة ما، وأثر النظام البريدي على البشر و/أو أثر البشر عليه.

1.3 يمكن في عروض التاريخ البريدي إظهار تطور المراسلات بين منطقتين أو أكثر، أو بين دول أو قارات، أو إظهار تطور الخدمات البريدية في بلد واحد، أو منطقة واحدة، أو موقع جغرافي واحد. كما يمكن، بدلاً من ذلك، إظهار تطور خدمة بريدية خاصة واحدة، سواء على مستوى العالم، أو في بلد أو مجموعة بلدان، أو على مستوى محلي أضيق.

1.4 يجوز تخطيط العروض زمنيًا، أو جغرافيًا (مثل المناطق المحلية أو الوطنية)، أو حسب وسيلة النقل/الخدمة، أو نوع البريد، أو الأجرة، أو العلامات البريدية، أو المسار، أو أي طريقة أخرى يختارها العارض. وللحصول على درجات عالية في "المعالجة"، يجب أن تكون البنية منطقية ومتسقة طوال العرض. ويُفضّل أن تسترشد عروض التاريخ البريدي بـ "خيط سردي" واضح، أي أن تروي قصة شاملة ومنظمة منطقيًا محورًا جانبًا من التاريخ البريدي. وفي بعض الحالات التي يكون فيها ذلك منطقيًا، يمكن أن تختلف البنية الفرعية من فصل إلى آخر.

1.5 أكثر عروض التاريخ البريدي فاعلية هي التي تتجنب تكرار القطع المتشابهة، والفجوات الزمنية الواسعة (حيثما أمكن)، وإدراج قطع لا صلة مباشرة لها بالموضوع العرض. وفي حالات نادرة، تكون المسودات "essays" والبروفات "proofs" والطوابع غير المستخدمة والقرطاسية البريدية غير المستخدمة غير ذات صلة. وإذا عُرضت، يجب تبرير إدراجها.

1.6 يمكن إعداد عروض التاريخ البريدي عن أي فترة زمنية في تاريخ البريد، من الخدمات البريدية المبكرة إلى مرحلة أتمتة البريد الحديثة، فقد وقعت تطورات بريدية مهمة، وينبغي تقديرها، في كل الفترات الزمنية.

1.7 يُعترف بثلاثة أنواع من عروض التاريخ البريدي.

1.7.1 النوع 2A - عروض التاريخ البريدي المتعلقة بالخدمات والأنظمة البريدية

تشمل أمثلة موضوعات النوع 2A (على سبيل المثال لا الحصر):

- أ. تطوّر أو تشغيل خدمة أو أكثر من الخدمات والأنظمة البريدية داخل بلد أو منطقة أو إقليم، أو بين البلدان والقارات
- ب. التطبيق العملي للقوانين واللوائح البريدية و/أو خدمات بريدية محددة
- ج. الخدمات البريدية قبل عصر الطوابع اللاصقة
- د. الأجور البريدية
- هـ. مسارات نقل البريد
- و. البريد العسكري، وبرد الميدان، وبرد الحصار، وبرد أسرى الحرب، وبرد معسكرات المعتقلين المدنيين والعسكريين
- ز. البريد البحري، وبرد السكك الحديدية، و/أو البريد عبر الممرات المائية الداخلية
- ح. جميع أنواع مكاتب البريد المتنقلة
- ط. بريد الكوارث
- ي. البريد المُطهّر
- ك. البريد الخاضع للرقابة
- ل. البريد غير مدفوع الأجرة بالكامل
- م. أتمتة عمليات البريد
- ن. علامات وكلاء الشحن والتوصيل
- س. البريد الرسمي، والبريد المُعفى من الرسوم

وغالبًا ما يتضمن عرض أي من هذه الموضوعات علامات بريدية مرتبطة بها. أما الدراسة التي تُبنى بنيتها ومعالجتها أساسًا حول هذه العلامات، فتُعتبر عادة من موضوعات النوع 2B (انظر أدناه).

1.7.2 النوع 2B - عروض الماركوفيليا المتعلقة بدراسة العلامات البريدية وتصنيفها

تتناول عروض الماركوفيليا (دراسة أختام البريد) أساسًا تصنيف و/أو دراسة العلامات البريدية المرتبطة بالبريد الرسمي أو المحلي أو الخاص، على المغلفات أو الطوابع اللاصقة أو غيرها من المواد البريدية.

ويمكن أن يغطي هذا العرض أي فترة من التاريخ البريدي، من مرحلة ما قبل الطوابع إلى يومنا هذا. ويشمل جميع أنواع أختام الإلغاء والمحو، بما في ذلك العلامات المكتوبة بخط اليد، التي تضعها الخدمات البريدية الرسمية والخاصة. ويمكن أن تتناول الدراسة وظيفة الختم، وفترة استخدامه، ومكان استخدامه، ولونه، أو تغيّر حالته بمرور الوقت، أو أي جانب آخر من العلامات

البريدية. ويمكن أن تشمل الموضوعات أختام المكاتب أو الخدمات، مثل التسجيل، والنقل البحري، ومكاتب البريد المتنقلة، والتطهير، والعلامات الإرشادية.

ويمكن أن تشمل عروض الماركوفيليا دراسة أختام التاريخ المُصلحة، وطرق بيان المسافات التي استخدمتها إدارات البريد. فدراسة الأنواع المختلفة من علامات الترميز البريدي الآلي تُعتبر عرض ماركوفيليا (النوع 2B)، أما إدخال الأتمتة البريدية من قبل إدارة بريد ما، فهو من صميم التاريخ البريدي (النوع 2A).

ويجب أن يشمل إظهار المعرفة والدراسة الشخصية بالعلامات البريدية أقدم وأحدث تاريخ استخدام مسجّل، وألوان الحبر المستخدمة، وتحديد مكان الاستخدام إن لم يكن ظاهرًا من الكلمات أو النوع المحدد (مثل تحديد مكان استخدام أختام الإلغاء الصامتة أو الرقمية)، وما إلى ذلك.

يجب أن تكون العلامات واضحة قدر الإمكان مع اكتمال جميع الكلمات الأساسية فيها. وحين تُبنى عروض الماركوفيليا على أختام الإلغاء، يجب أن تكون كاملة، ويُفضّل أن تكون على المغلّف نفسه. وينبغي عمومًا تجنّب الطباعات الجزئية، وكذلك التكرار غير الضروري لنفس العلامة، إلا إذا كان الهدف إظهار تاريخ مبكر ومتأخر لبيان فترة الاستخدام.

وأي محاولة لتحسين مظهر علامة بريدية بعد وضعها من قبل السلطات البريدية، تُعامل باعتبارها موادّ مزوّرة.

وإذا شملت عروض الماركوفيليا طوابع بريدية مستخدمة، فإن تقييم العرض يعتمد أساسًا على تصنيف العلامات وأختام الإلغاء على الطوابع، ودراساتها، وجودتها، وندرتها. وتكرار نفس العلامة على طوابع مختلفة أو متطابقة لا يضيف عادة إلى تطوير الموضوع العرض في عرض الماركوفيليا.

1.7.3 النوع 2C - العروض التاريخية والاجتماعية والدراسات الخاصة - وتتعلق بدراسات التاريخ البريدي بأوسع معانيها

تدرس عروض هذا النوع تفاعل النظام البريدي مع التاريخ والمجتمع والأحداث والتجارة، أو الجغرافيا التاريخية لمنطقة ما، وأثر النظام البريدي على البشر، وأثر البشر عليه.

تشمل أمثلة موضوعات النوع 2C (على سبيل المثال لا الحصر):

1. خدمات البرقيات

- 2. بطاقات التهئة (بما فيها بطاقات عيد الحب)
- 3. المغلّفات التجارية المصوّرة المستخدمة في النظام البريدي
- 4. دراسات أثر النظام البريدي على التجارة والمجتمع والصناعة، وكيفية تكيف التجارة والصناعة مع استخدام موادّ في النظام البريدي

5. الدراسات التاريخية

6. الدراسات المرتبطة بحدث أو معلم تاريخي

و غالبًا ما تشمل موضوعات النوع 2C موادّ طوّرتها التجارة والمجتمع لاستخدامها في النظام البريدي، وقد تشمل موادّ غير بريدية إذا كانت ذات صلة بموضوع العرض.

ويُشجّع استخدام هذه المواد غير البريدية في النوع 2C إذا كانت ذات صلة مباشرة بموضوع العرض وتخدم معالجته. لكن يجب ألا تطفى على المواد البريدية. ويجب أن تكون جميع عروض التاريخ البريدي قابلة للعرض في إطار المعارض القياسية.

1.7.4 يجوز أن يحتوي أي عرض تاريخ بريدي على خرائط، ومطبوعات، ومراسيم، ورسوم توضيحية (مثل ما يظهر على وجه الصورة من بطاقة بريدية)، وموادّ مشابهة مرتبطة بالموضوع. ويجب استخدام هذه العناصر باعتدال، وأن تكون لها صلة مباشرة وهامة بالموضوع المختار وبالخدمات البريدية الموصوفة في العرض.

2. مبادئ تكوين العرض

2.1 تكوين العرض

يجب أن يتألف عرض التاريخ البريدي من تجميع منطقي ومتناسك للمواد (كما هي مُعرّفة في الفقرات 1.7.4-1.1) لتوضيح جانب واحد أو أكثر من جوانب التاريخ البريدي.

في عرض التاريخ البريدي، يروي العارض قصة من خلال العرض (بالإشارة إلى المادة 3.6 من SREV). وعادة ما تكون قصة عن تطور جانب واحد أو أكثر من جوانب تشغيل الخدمات البريدية (للتفاصيل والاستثناءات، انظر الفقرات 1.7.3-1.7.1 أعلاه). ويكون لعرض التاريخ البريدي بداية ونهاية محدّدتان بوضوح. ويجب أن ترتبط بداية النطاق ونهايته منطقيًا بموضوع التاريخ البريدي المُعالَج. ومن غير المرجح أن تحصل عروض التاريخ البريدي التي يُحدّد نطاقها و/أو بنيتها أساسًا حسب جوانب العروض التقليدية، مثل إصدار طابع أو قطعة قرطاسية بريدية واحدة أو أكثر، على أعلى الدرجات. بل يجب أن تُبنى العروض حسب الأجرة، أو المسار، أو اللوائح، أو نوع البريد، أو زمنيًا، أو جغرافيًا (مثل المناطق المحلية/الوطنية)، أو حسب وسيلة النقل/الخدمة، أو بأي طريقة أخرى ترتبط بالتاريخ البريدي يراها العارض مناسبة. ويجب أن يكون الموضوع المختار مناسبًا في نطاقه لحجم العرض الأولي وحجمه المحتمل مستقبلاً.

2.2 عروض الإطار الواحد

يُقصد بعرض التاريخ البريدي ذي الإطار الواحد أن يكون عرضًا ضمن الفئات المذكورة في الفقرات 1.7.3-1.7.1 بموضوع ضيق جدًا يتسع لإطار واحد. وإذا كان يمكن عرض موضوع ما في أكثر من إطار، أو كان يحتاج إلى تكرار موادّ لملء إطار واحد، فهذا يعني أنه ليس موضوعًا مثاليًا لعرض الإطار الواحد. ويجب معالجة جميع جوانب الموضوع المختار معالجة كاملة في الإطار الواحد.

يمكن أن يكون اختيار قطع من عرض متعدد الإطارات مناسبًا فقط إذا كان بإمكان هذا الاختيار معالجة موضوع فرعي طبيعي من العرض معالجة كاملة ضمن إطار واحد. وفي هذه الحالة، يحتاج العرض إلى عنوان أضيق، وفي معظم الحالات، إلى خطة ومعالجة مُعدّلتين. أما العرض الذي يُظهر فقط أفضل القطع ("انتقاء الأجود") من عرض متعدد الإطارات، فهو غير مناسب كعرض إطار واحد، لأن جميع جوانب الموضوع الكامل لن تُعالج معالجة مناسبة في إطار واحد فقط.

2.3 الورقة التمهيدية (أو صفحة العنوان)

يجب أن تحتوي جميع عروض التاريخ البريدي على ورقة تمهيدية. ويجب أن تتضمن هذه الورقة ما يلي:

- عنوان العرض
- وصف الهدف من العرض (ما الذي يتضمنه العرض وما الذي استُبعد منه)
- وصف نطاق العرض (بداية الموضوع ونهايته، وسبب اختيار هذه الحدود)
- خطة بنية العرض في شكل فصول أو أقسام وما شابه. فسرّد محتوى العرض "إطارًا بإطار" أو "صفحة بصفحة" لا يُظهر مقصد العارض بأفضل شكل.

وإذا سمحت المساحة، يمكن أن تتضمن الورقة التمهيدية أيضًا:

- قائمة بالبحث الشخصي الذي أجره العارض في هذا الموضوع (مع الإشارة إلى المقالات أو المراجع)

- قائمة بأهم المراجع - ويُفَضَّل أن تكون متاحة بسهولة معقولة
- معلومات عامة موجزة ودقيقة وذات صلة عن التاريخ البريدي للموضوع
- إذا قرر العارض استخدام تدرُّج في أنماط النص و/أو الفقرات للإشارة إلى مستويات مختلفة من المعلومات المعروضة، فيجب شرح هذا التدرُّج في الصفحة التمهيدية
- أي شيء آخر يرى العارض أنه قد يساعد الحكام على الاستعداد لتحكيم العرض.

3. معايير تحكيم عروض التاريخ البريدي وكيفية تطبيقها

عند تحكيم عرض التاريخ البريدي، تستخدم لجنة التحكيم المعايير العامة التالية (بالإشارة إلى المادة 4.2 من GREV):

- أ. المعالجة - بالإشارة إلى المادة 4.5 من GREV: 20 نقطة
 - ب. الأهمية البريدية - بالإشارة إلى المادة 4.6 من GREV: 10 نقاط
 - ج. المعرفة بطوابع البريد وما يتصل بها، والدراسة والبحث الشخصيان - بالإشارة إلى المادة 4.7 من GREV: 35 نقطة
 - د. الحالة - بالإشارة إلى المادة 4.8 من GREV: 10 نقاط
 - هـ. الندرة - بالإشارة إلى المادة 4.8 من GREV: 20 نقطة
 - و. العرض - بالإشارة إلى المادة 4.9 من GREV: 5 نقاط
- المجموع: 100 نقطة.

على العارضين أن يدركوا أهمية مراعاة الجوانب المختلفة التي تجتمع لرفع الجائزة التي يمكن أن يحصل عليها العرض. وفيما يلي بعض العناصر الأساسية لكل معيار.

3.1 المعالجة (20 نقطة)

تعكس معالجة العرض مدى قدرة العارض على إنشاء عرض متوازن يعكس الموضوع المختار. وتساعد الحكام على تقدير العرض عندما يكون هناك تسلسل منطقي سهل المتابعة، وشرح واضح وموجز. وعند تقييم المعالجة، يتحقق الحكام من أن ما ورد في الورقة التمهيدية والخطة يظهر بوضوح كافٍ في العرض.

يجب أن ينظر الحكام في كل ما يلي عند تقييم المعالجة:

- مدى وضوح الورقة التمهيدية (أو صفحة العنوان) في بيان هدف العرض، وتحديد نطاقه، وشرح خطته وبنيته، وما إذا كانت توجّه الحكم إلى أهم المراجع للموضوع المختار؛
- ما إذا كان الموضوع والنطاق قد اختيرا بما يتيح تقديم عرض متوازن جيداً ضمن المساحة المتاحة؛
- ما إذا كان للعرض بداية ونهاية طبيعيتان قائمتان على التاريخ البريدي؛
- ما إذا كان عنوان العرض يتوافق مع الهدف والنطاق والخطة؛
- ما إذا كان المحتوى يعكس العنوان والهدف والنطاق والخطة؛
- ما إذا كان هناك خط سردي منطقي مبني بالنص والمواد بتوازن جيد بين أجزاء العرض المختلفة؛
- ما إذا كان التركيز الأساسي على التاريخ البريدي (أو التاريخ في النوع 2C مثلاً)، وثانويًا فقط على جوانب أخرى كجوانب العروض التقليدية مثل الطباعات والدرجات اللونية والأنواع المختلفة؛
- ما إذا كانت المواد المعروضة تغطي نطاق العرض بالكامل؛

- ما إذا كانت العناوين والنصوص الأخرى في كل صفحة تدعم فهم المعالجة؛
- ما إذا كان هناك تكرار غير ضروري للمواد؛
- ما إذا كان النص المرتبط بكل قطعة يوضح سبب عرضها؛ و
- ما إذا كانت جميع المواد المعروضة ذات صلة بنطاق العرض.

تُقيّم صلة وتوازن وأهمية المواد غير البريدية في عروض الدراسات التاريخية والاجتماعية والخاصة (النوع 2C) من قبل الحكام تحت معيار المعالجة.

ويتطلب اختيار المواد لعرض التاريخ البريدي حلًا وسطًا بين عدد الصفحات الكبير من المواد التي قد يرغب المعارض في عرضها، وعدد الصفحات التي تتسع لها الإطارات المخصصة من إدارة المعرض.

ويُعتبر اختيار المواد عاملاً مهمًا ليس فقط في تقييم المعالجة، بل في تقييم المعرفة أيضًا. ويجوز للمعارض حذف المواد الأقل أهمية. وعمومًا، يمكن تمثيل الجوانب الشائعة من الموضوع بعرض رمزي محدود، بينما يجب عرض الجوانب الصعبة من الموضوع بعمق. ويجب أن يقدّر الحكام أن هذه المعالجة تُظهر معرفة المعارض بالمواد.

وينبغي أن يتأكد المعارضون من أن عرضهم متماسك، وأن يتجنبوا الجمع بين موضوعات غير مترابطة إلى حد كبير؛ فمثل هذه العروض غالبًا ما تفقد نقاطًا في معياري المعالجة والأهمية.

والعرض (مثل عرض عن الأجور البريدية) الذي يمتد عبر فترة ما قبل الطوابع وفترة الطوابع البريدية، لكنه يغفل الإشارة إلى أول إصدارات الطوابع البريدية، سينخفض تقييمه حتمًا في معياري الأهمية والندرة. وينطبق هذا بالمثل على عروض جميع الفترات التي تُغفل أصعب الأقسام.

3.2 الأهمية البريدية (10 نقاط)

تُحدّد "أهمية" العرض من خلال أهمية العرض الفعلي بالنسبة للموضوع المختار، والأهمية العامة لذلك الموضوع معًا.

عند تقييم أهمية العرض، يُراعى كل ما يلي:

- ما مدى صعوبة جمع المجال المختار؟
- ما أهمية المواد المعروضة بالنسبة إلى المجال المختار؟
- ما أهمية المجال المختار والمواد المعروضة بالنسبة لطوابع البريد في البلد؟ و
- ما أهمية المجال المختار والمواد المعروضة بالنسبة لطوابع البريد على المستوى الدولي؟

في النوع 2C، يُمنح نصف النقاط المتاحة لأهمية الموضوع العرض بالنسبة للتاريخ والبشرية و/أو المنطقة الجغرافية.

وعادة ما يكون من الأسهل معالجة موضوعات أقل أهمية (أضيق) معالجة كاملة ضمن المساحة المتاحة، مقارنة بالموضوعات المهمة. على سبيل المثال:

قد يكون التاريخ البريدي لعاصمة ما أكثر أهمية عمومًا من التاريخ البريدي لبلدة إقليمية أو منطقة ريفية. وعند تقييم أهمية عروض المناطق المحلية، ينبغي مراعاة مدى الحاجة إلى المواد المعروضة من المنطقة الجغرافية المختارة بالنسبة لمعارض الموضوعات الأوسع، كتاريخ بريد بلد بأكمله.

ودراسة أجور بريدية عن اتفاقيات بريدية بين دولتين أو أكثر تكون عادة أهم من دراسة الأجور الداخلية المحلية لدولة واحدة في نفس الفترة. وبالمثل، تكون دراسة الأجور البريدية التي تغطي جميع أنواع البريد أهم عادة من دراسة نوع واحد فقط من البريد أو الخدمة.

3.3 المعرفة بطوابع البريد وما يتصل بها، والدراسة والبحث الشخصي (35 نقطة)

تظهر المعرفة بطوابع البريد وما يتصل بها من خلال القطع المختارة للعرض وتعليقاتها التوضيحية. وتظهر الدراسة الشخصية من خلال التحليل الصحيح للقطع المعروضة. أما البحث الشخصي فهو تقديم حقائق جديدة متعلقة بالموضوع المختار.

تظهر المعرفة بطوابع البريد وما يتصل بها من خلال:

- اختيار قطع تعكس معرفة بالمجال المختار
- وصف القطع وصفًا جيدًا
- استخدام المراجع المتوفرة في هذا المجال وتفسيرها بشكل صحيح
- إظهار فهم كامل ودقيق للموضوع المختار
- عرض قطع مدفوعة الأجرة ومستخدمة بشكل صحيح، تُظهر أهم عنصر بريدي يريد العارض توضيحه وتوثيق الدراسة الشخصية من خلال:
- التحليل الكامل والوصف الدقيق لأهم جوانب التاريخ البريدي التي توجّه بنية العرض أو القصة المروية؛
- وصف جميع جوانب التاريخ البريدي المهمة، مثل الأجور والمسارات واللوائح والعلامات، حيثما كانت مهمة. ويجب أن يشمل الوصف الصحيح للأجرة: (أ) ما الذي يُرسل، (ب) سعر إرسال القطعة، و(ج) الفترة الدقيقة (تاريخ البدء والانهاء بدقة) التي كانت الأجرة سارية خلالها؛
- يُقدّر ذكر موجز لجوانب العروض التقليدية للطوابع والقرطاسية البريدية المستخدمة في نهاية وصف القطعة، إذا سمحت المساحة وكانت أهم جوانب التاريخ البريدي قد وُصفت بشكل مناسب مسبقًا.

ويجب إعطاء البحث الشخصي والاكتشافات الجديدة التي توصل إليها العارض تغطية كاملة تتناسب مع أهميتها. فالاكتشافات الكبرى تستحق تغطية واعترافًا كبيرين ويجب أن يحددها العارض بوضوح، أما الاكتشافات الصغيرة فيجب ألا تطفئ على العرض الرئيسي. وفي العروض التي بذل فيها العارض جهدًا بحثيًا واضحًا (تقديم حقائق جديدة متعلقة بالموضوع المختار)، يجوز منح نسبة كبيرة جدًا من مجموع النقاط لهذا البحث. وحيثما كان مناسبًا، يمكن الإشارة إلى معلومات نشرها العارض نفسه أو غيره سابقًا. وإذا وُثّق العارض هذه المعلومات، يمكن وضع الإشارة إما في البيان التمهيدي أو على صفحة العرض التي يتعلق بها البحث. ولا يُحكم إلا على المعرفة بطوابع البريد وما يتصل بها، والدراسة، والبحث، الموثقة بالقطع الموجودة في العرض وأوصافها ذات الصلة.

وفيما يخص عروض الدراسات التاريخية والاجتماعية والخاصة (النوع 2C)، تُراعى المعرفة والبحث التاريخي والعامة غير البريديين عند تقييم جميع جوانب هذه المعايير.

وقد خضعت بعض موضوعات التاريخ البريدي لبحث مكثف على مدى فترة طويلة، ونُشرت نتائج هذه الدراسات. ولتقدير المعرفة، يجب أن ينظر الحكام في مدى استفادة العارض من هذه المصادر. فمن غير الواقعي مطالبة العارض بالتوصل إلى اكتشافات جديدة في مجال دُرس وبحث بكثافة. وفي هذه الحالات، لا يُعاقب العارض على عدم وجود بحث شخصي.

النص: قد تتطلب أهمية فهم عرض التاريخ البريدي تضمين نص أطول قليلًا أو إدراج مواد غير متعلقة بالتاريخ البريدي أو غير بريدية كوثائق داعمة. لكن يجب أن يكون كل النص موجزًا وواضحًا، وأن يُحسّن إدراج هذه المواد فهم موضوع التاريخ البريدي وجاذبية العرض. وفي كل الحالات، يجب أن يتذكر العارضون أن المعلومات المقدمة يجب ألا تطفئ على المواد البريدية المعروضة. وقد تساعد الخطة المدروسة جيدًا (انظر الفقرة 2.3 أعلاه) على تجنب الأوصاف الطويلة لاحقًا في العرض. وإذا

استطاع العارض تقديم بيانات نادرة مبنية على وقائع، معتمدة على تسجيلات واسعة للمواد المعروفة، فسيُنظر إلى ذلك بإيجابية أيضًا تحت معياري الدراسة و/أو البحث الشخصيين (للمزيد من التفاصيل عن بيانات الندرة، انظر أدناه في الفقرة 3.5).

3.4 الحالة (10 نقاط)

عند تحكيم حالة عروض التاريخ البريدي، يُراعى ما يلي:

- تُقدَّر المواد ذات الحالة الجيدة تقديرًا كبيرًا في عرض التاريخ البريدي. ولأن حالة مواد التاريخ البريدي قد تتفاوت كثيرًا حسب البلد والفترة الزمنية وظروف النقل، يجب على الحكام دائمًا مراعاة أفضل جودة يمكن الحصول عليها؛
- تُكافأ الحالة الجيدة، والأختام والعلامات البريدية النظيفة والمقروءة، والمظهر العام الجيد للقطع، بينما تُخفَّض درجة الجودة المتدنية؛
- يجب أن تكون حالة المواد الشائعة لا تشوبها شائبة وأفضل ما هو متاح؛
- حيثما أمكن، يجب أن تُظهر المغلفات وغيرها من القطع الحاملة لطوابع بريدية طوابع في حالة جيدة. وفي معظم العروض، تُقدَّر المغلفات النظيفة الخالية من البقع والزوايا المفقودة في الطوابع وما شابه؛
- هناك استثناءات ملحوظة. فمثلًا، في عرض عن مغلفات حطام السفن أو تحطم الطائرات، رغم أن حالة المغلفات ستكون سيئة بطبيعتها، يجب أن تكون العلامات البريدية الموضوعة عند إنقاذها واضحة قدر الإمكان؛
- يُشجَّع العارضون على عرض مواد فريدة أو نادرة جدًا لا توجد بحالة جيدة، لكن يُنصحون بعدم إدراج قطع أخرى بحالة قد تُقلل من الانطباع العام عن حالة العرض؛
- تُفضَّل القطع المستخدمة تجاريًا على القطع المُعدَّة خصيصًا من قبل الجامعين؛
- إذا كانت قطعة ما قد رُممت أو عُولجت، يجب وصفها على هذا النحو.

3.5 الندرة (20 نقطة)

ترتبط الندرة مباشرة بالقطع البريدية المعروضة وبمدى ندرتها النسبية (وليس قيمتها المالية). لذلك، ترتبط الندرة أساسًا بعدد النماذج الموجودة وبمدى اتساع المنظور الذي تكون فيه هذه القطع نادرة، وليس مباشرة بسعر القطعة. يجب أن يراعي الحكام كل ما يلي:

- ما مدى صعوبة الحصول على المواد المهمة والمثيرة للاهتمام في العرض؟
- ما مدى صعوبة تكرار العرض أو تقليده؟
- ما مدى أهمية القطع النادرة من منظور أوسع (فمثلًا، علامة بريدية لبلدة صغيرة تُظهر النموذج الوحيد المعروف، لكنه من نوع قياسي يُستخدم في كل البلد، قد تكون أقل أهمية من نوع خاص استخدم في تلك البلدة فقط)؟
- هل تجنَّب العارض المواد المُعدَّة خصيصًا لأغراض بريدية حيثما أمكن؟

يجب أن تُنظر الندرة في عروض التاريخ البريدي أساسًا من الجانب البريدي التاريخي للقطعة. لذا فإن الأجرة النادرة، أو المسار النادر، أو العلامة البريدية النادرة، غالبًا ما تكون أهم عند اعتبار الندرة في عروض التاريخ البريدي من قطعة تاريخ بريدي شائعة تحمل طابعًا نادرًا. وإذا كانت أهم قطع الندرة الأساسية في التاريخ البريدي لهذا الموضوع موجودة، فإن القطع المهمة تقليديًا، مثل القرطاسية البريدية النادرة والطوابع على القطع البريدية، وأكبر أجرة معروفة، وأقدم استخدام مسجَّل، والأجور المختلطة، وحالات الندرة المتعلقة بالحفظ، وغيرها، ستُقدَّر أيضًا في عروض التاريخ البريدي.

وإذا احتوى العرض على موادّ نادرة جدًّا، يجب على العارض لفت الانتباه إلى هذه الحقيقة في أوصاف القطع. وإذا استُخدمت بيانات الندرة (مثل "واحد من كذا مسجّل")، فسيُنظر إليها بإيجابية إذا كان البيان مدعومًا بذكر المصدر والبحث الشخصي الذي بُذل للتوصل إلى تقييم الندرة ذلك. ويُفضّل أن يكون هذا في الورقة التمهيدية. ويجب أن يوضح بيان الندرة بدقة ما الذي يجعل القطعة "واحدة من كذا مسجّل". وعند التدقيق، تصبح كل قطعة من قطع التاريخ البريدي تقريبًا فريدة، لذا يُراعى المستوى النسبي للندرة. وعبارة "واحد من كذا مسجّل" دون أي توضيح لا تفيد الحكام أو المشاهدين. وللسبب نفسه، يجب تجنب العبارات المبسّطة مثل "فريد" أو "مهم" أو "نادر جدًّا" دون شرح إضافي.

3.6 طريقة العرض (5 نقاط)

يجب أن تُظهر طريقة العرض في كل صفحة، وفي كل صف وإطار، وفي العرض بأكمله، المواد بأفضل شكل وبتوازن. ويساعد التنسيق العام والوضوح في العرض الحكام والمشاهدين على فهم العرض.

يجب أن يراعي الحكام كل ما يلي:

- الجهد المبذول في العرض من حيث تسهيله لفهم العرض وجاذبيته للحكام والمشاهدين على حد سواء؛
 - المظهر العام للصفحات والإطارات؛
 - يُقدّر بعض التنوع في طريقة تركيب الصفحات (يجب ألا تكون كل الصفحات متطابقة تقريبًا)؛
 - التركيب الدقيق والمُتقَن؛
 - الاستخدام الجيد للصفحة - دون مساحة بيضاء زائدة عليها؛
 - أن يكون النص المكتوب واضحًا وذا صلة بالمواد المعروضة وبالموضوع المختار. وقد يكون النص التفصيلي ضروريًا ومقبولًا في عروض التاريخ البريدي طالما أنه لا يطفئ على المواد. لكن يجب ألا يبدو العرض وكأنه مخطوطة كتاب دراسي يهيمن فيه النص على المواد؛
 - يجب ألا تكون الصور التوضيحية مهيمنة أكثر من اللازم، وأن تختلف الصور الملوّنة أو النسخ المصورة بنسبة 25% على الأقل عن حجم الأصل. ويُسمح بنسخ بالحجم الكامل لختام إلغاء واحد أو جزء من مغلف؛
 - تفيد الصور التوضيحية للعلامات البريدية ذات الصلة فقط إذا لم تكن الأصول واضحة بما يكفي للمشاهد. وعندما يُرغَب في توضيح علامات مهمة على الجهة الخلفية من المغلف، يمكن رسم هذه العلامات أو توضيحها بنسخة، كصورة فوتوغرافية أو نسخة مصورة، طالما أن النسخة تظهر بوضوح للمشاهدين على أنها نسخة؛ و
 - يجب أن تكون جميع المواد، بما فيها المواد غير المتعلقة بالتاريخ البريدي وغير البريدية، أصلية، إلا في الحالات التي يكون فيها استخدام المادة الأصلية مدمرًا لها أو لا يتسع للإطار.
- ولا فرق فيما إذا كان النص مكتوبًا بخط اليد أو مطبوعًا بالآلة الكاتبة أو مطبوعًا. ويجب تجنب الأخبار الزاهية الألوان وصفحات الألبوم الملوّنة. ويجب أن يكون لون الصفحات متسقًا طوال العرض.

4. أحكام ختامية

4.1 لا تجيب هذه الإرشادات عن كل سؤال قد يطرحه عارض أو حكم. فكل عرض يجب أن يُقيّم وفق مزاياه الخاصة.

4.2 إذا وُجد أي اختلاف في النص بسبب الترجمة، فإن النص الإنجليزي هو المعتمد.

4.3 وافق مجلس إدارة FIP ومؤتمر FIP الـ 78 على هذه الإرشادات في ماكاو بتاريخ 1 يوليو 2026.