

عروض الشباب "الموضوعية": الإرشادات

أهم الجوانب التي يجب مراعاتها عند تقييم عروض الشباب، استنادًا إلى ورقة النقاط والفئات العمرية.

يجب أن تستوفي الفئات العمرية الأكبر كل الخصائص المطلوبة للفئات العمرية الأصغر.

في الفئة "C"، يقترب العرض من استيفاء الخصائص الواردة في إرشادات لجنة العروض الموضوعية.

يجب أن تُكتب العروض المتوقعة عرضها في المعارض الدولية بإحدى اللغات المعتمدة من FIP: الإنجليزية، أو الفرنسية، أو الإسبانية، أو الألمانية.

1. المعالجة

1.1 العنوان والخطة

الفئة العمرية "A" (10 إلى 15 سنة)

1. يحدد العنوان المحتوى المراد عرضه.

2. يجب أن يكون العنوان مبتكرًا بما يكفي لجذب الانتباه والتأثير في القارئ.

3. يجب أن يكون متناسبًا مع المحتوى، ويشمل كل الجوانب الممكنة.

4. يجب تجنب عناوين مثل:

- العناوين العامة الصعبة العرض (مثال: الحيوانات، النباتات، الرياضة).

- العناوين الرمزية غير المبررة في الخطة.

- يمكن أن يكون العنوان كلاسيكيًا (التزلج، رجال الإطفاء، الدراجة...) أو رمزيًا (أرض لا أحد، باسم الله، اخرج من هنا...)، وفي كلتا الحالتين يمكن أن يكون له عنوان فرعي، وهو أمر يُنصح به خصوصًا في الحالة الثانية.

- يجب تجنب عبارة "في طوابع البريد" (مثال: الموسيقى في طوابع البريد).

5. يجب أن يكون لكل عرض خطة مرتبطة ارتباطًا وثيقًا بالعنوان.

6. يجب تضمين نص تمهيدي مع بعض الشروحات عن هدف العرض.

7. يجب أن يُبنى العرض في فصول وفصول فرعية. فالخطة ليست فهرسًا ولا قائمة جرد. ويجب أن تكون متوازنة في توزيع الفصول والفصول الفرعية بحسب أهمية كل جانب من موضوع العرض (فمن غير المنطقي أن يكون فصل من فصلين فرعيتين وآخر من تسعة).

8. يجب أن يتبع التوزيع في الخطة ترتيبًا منطقيًا (فعرض عن السفن لا يجب أن يعرض السفن البخارية قبل السفن الشراعية).

9. يجب ألا تتضمن الخطة فصولًا مثل:

- المقدمة

- الملاحق

• متفرقات

الفئة العمرية "B" (16 إلى 18 سنة)

بالإضافة إلى ما هو متوقع من عرض الفئة "A"، ينطبق أيضًا ما يلي:

1. يجب تضمين منظور شخصي لموضوع العرض.
2. يمكن تضمين نصوص أو عبارات قصيرة لشرح فصول الخطة دون الإخلال ببنية الخطة ووضوحها.
3. يجب استخدام مناهج مبتكرة للموضوعات ذات الترتيب الزمني/التسلسلي القوي، بحيث لا تبدو الخطة قائمة بسيطة.
4. يجب أن تكون الخطة دقيقة بشكل خاص:

- صحيحة علميًا: يجب تجنب الأخطاء المفاهيمية.
- صحيحة تقنيًا.
- مدروسة وموثقة جيدًا.
- يمكن إضافة مصادر المعلومات في الصفحة الأولى بشكل غير بارز.

الفئة العمرية "C" (19 إلى 21 سنة)

بالإضافة إلى ما هو متوقع من عرض الفئة "B"، ينطبق أيضًا ما يلي:

يجب أن تلتزم الخطة بخصائص اللوائح العامة للعروض الموضوعية، مع إظهار فهم كامل للموضوع المعني.

1.2 التطوير

الفئة العمرية "A" (10 إلى 15 سنة)

1. يجب توضيح موضوع العرض بوضوح وابتكار باستخدام أنسب مادة بريدية متاحة.
2. يجب اتباع العنوان والخطة، مع التعمق في الأقسام المختلفة بحسب اتساع العرض.
3. يجب أن يكون هناك توازن (اتساع متقارب) في تطور جميع الفصول أو الفصول الفرعية. فلا يُنصح بمعالجة فصل فرعي في صفحة واحدة فقط وآخر في عشر صفحات.
4. عند معالجة فكرة/مفهوم معين، يجب على العارض تجنب تضمين مادة بريدية متشابهة لمجرد إطالة العرض، إلا إذا كان ذلك مبررًا بتوازن العرض وإضافة معلومات جديدة. فمثلًا، بالنسبة لكرة القدم، عرض ثلاث صفحات بمواد تحمل صور كرات لا يكون صحيحًا، إلا إذا استدعى توازن بقية الفصول/الفصول الفرعية ذلك، وشُرحت أنواع مختلفة من الكرات.

الفئة العمرية "B" (16 إلى 18 سنة)

بالإضافة إلى ما هو متوقع من عرض الفئة "A"، ينطبق أيضًا ما يلي:

1. يجب إظهار المعرفة بموضوع العرض من خلال معالجة ذكية وصحيحة، مكّلة بمعرفة واسعة بطوابع البريد بالمادة المتاحة.
2. يجب تطوير المعالجة الموضوعية تدريجيًا وفق خطة العرض والمادة البريدية المختارة. والنصوص الموضوعية هي ما يروي القصة.
3. يجب أن تكون الصور على المادة البريدية والنص الموضوعي مترابطة ترابطًا وثيقًا ومتناسكًا.
4. يتقدم التطوير في العمق، وتُستخدَم المواد البريدية مع مراعاة الجانب المعني، مثل:

- غرض الإصدار
 - العناصر الرئيسية والثانوية على الطابع أو الوثيقة البريدية
 - النص أو الأسلوب الفني للصورة
 - المادة/القماش المستخدم للطباعة عليه، مثل: الحرير، أو الأوراق النقدية، أو خرائط الحرب
 - تصميم العلامة المائية أو التثقيب الشكراتي "perfin"
 - النصوص أو الصور على الهوامش، والملصقات، والمغلّفات، والأوراق الفاصلة في الدفاتر
 - إصدارات الخدمات البريدية ذات الدلالة الموضوعية الواضحة (السكك الحديدية، التلغراف، الحمام الزاجل).
- الفئة العمرية "C" (19 إلى 21 سنة)

بالإضافة إلى ما هو متوقع من عرض الفئة "B"، ينطبق أيضًا ما يلي:

1. الهدف هو تحقيق درجة معينة من النضج مع التركيز الخاص على الجوانب الأساسية للموضوع.
2. يُطلَب الترابط والإيجاز في المفاهيم المعالَجة باستخدام العناصر البريدية المناسبة.
3. يجب ألا تشرح النصوص الموضوعية شيئًا غير ظاهر في المادة البريدية.
4. تتحقق المعالجة الأعمق من خلال إظهار تفاصيل مثيرة للاهتمام ومبتكرة عن الموضوع. ويمكن استخدام الإحالات المتقاطعة والروابط والعلاقات السببية في هذا الصدد.
5. يتحقق التوازن في كل صفحة من صفحات العرض بناءً على: نوع المادة البريدية المستخدمة، وتصميم الصفحة، والربط المناسب بين النصوص الموضوعية والمادة البريدية.
6. يجب أن تكون الشروحات محددة وتُظهر البحث الذي أُجري.

1.3 الابتكار

الفئة العمرية "A" (13 إلى 15 سنة)

تُقيّم الموضوعات غير المعتادة بحسب العمر.

الفئة العمرية "B" (16 إلى 18 سنة)

تُقيّم الموضوعات غير المعتادة، إلى جانب المعالجات المبتكرة للموضوعات التقليدية.

الفئة العمرية "C" (19 إلى 21 سنة)

الإسهام الشخصي في معالجة موضوع ما، سواء الموضوعي أو البريدي، يعني تطويرًا خاصًا ومتميزًا، مع الاهتمام بجوهر وشكل الموضوعات المعروفة.

2. المعرفة

2.1 المعرفة الموضوعية

الفئة العمرية "A" (10 إلى 15 سنة)

1. يُتوقَّع شرح للمحتوى وفق الخطة المطورة في كل صفحة من صفحات العرض.

2. يجب أن تكون المعلومات موجزة ومرتبطة بالخطة. لا يُقبل تحميل كل الصفحات بالنص. فالعرض ليس كتابًا. ويجب أن يتضمن العارض معلومات مرتبطة بالمادة البريدية المعروضة، دون أن تكون مجرد وصف لها.

3. يُستحسن أن يحدد الجامعون الصغار سبب اختيار الطوابع في كل مجموعة تحتوي على عناصر ذات تصنيفات تقنية، دون أن يفقدوا خيط الشرح. فمثلًا، في مجموعات عن الثدييات، يجب تحديد كل الأنواع المختلفة الظاهرة على الطوابع بأسمائها العلمية، أو في عرض عن الموسيقى، بكل الأسماء التقنية المعروفة. ويجب أن يرتبط النص الموضوعي ارتباطًا وثيقًا بالمادة البريدية التي توضح الفكرة بوضوح.

4. يجب أن تشير العناصر البريدية المستخدمة دائمًا إلى النص الموضوعي بشكل صحيح. فمثلًا، في نص موضوعي عن القاطرات الديزل، لا يصح إدراج صورة لقاطرة تعمل بالفحم. فهذا يُظهر نقصًا في المعرفة الموضوعية أو في المادة. الفئة العمرية "B" (16 إلى 18 سنة)

بالإضافة إلى ما هو متوقع من عرض الفئة "A"، ينطبق أيضًا ما يلي:

1. يجب أن يحتوي على نص موضوعي صحيح يضمن ترابط كل صفحات العرض، دون ترك أي جانب دون محتوى. فمثلًا، عند ذكر "بريد القذف بالمنجنيق" في عرض عن تاريخ الطيران، لا يصح ذكر رحلات الشركات الألمانية فقط.

2. يُستحسن أن يحدد الجامعون الصغار سبب اختيار الطوابع في كل مجموعة تحتوي على عناصر ذات تصنيفات تقنية، دون أن يفقدوا خيط الشرح.

3. يجب ألا تُدرج المعلومات الموضوعية التي حصل عليها العارض من بحثه كنقل حرفي عن المصدر. بل تُدرج فقط البيانات المهمة للموضوع التي تُظهر المعرفة، طالما كانت مرتبطة جيدًا بالمادة البريدية.

4. إذا لم تكن الإشارة الموضوعية واضحة بما يكفي على العنصر البريدي، يمكن إبرازها بطريقة غير بارزة (بسهام أو مؤشر). الفئة العمرية "C" (19 إلى 21 سنة)

بالإضافة إلى ما هو متوقع من عرض الفئة "B"، ينطبق أيضًا ما يلي:

1. يجب أن يكون تعمق الموضوع، بحسب اتساعه، على مستوى ما يُطلب من الكبار.

2. يجب أن تُظهر الجوانب قليلة الشهرة بحثًا شخصيًا، كالبحث عن عناصر موضوعية ثانوية موجودة في الوثائق البريدية.

3. تُقدّر الاكتشافات الموضوعية، عند وجودها، ويجب أن يعرضها العارض بطريقة تجذب انتباه القارئ وفضوله.

2.2 المعرفة بطوابع البريد

الفئة العمرية "A" (13 إلى 15 سنة)

1. يجب على العارض الالتزام باللوائح البريدية والبريدية. ويجب ألا يتضمن العرض طوابع ذات تثقيب معيب، أو مجمّدة، أو ممزّقة، أو ملطّخة، أو ملغاة بختم "CTO" "ختم إلغاء دون استخدام بريدي حقيقي". كما لا يجب تضمين "بطاقات ماكسيموم" غير مناسبة (كما تُعرّفها إرشادات الماكسيمافيلي)، ولا رسومات توضيحية لمغلّفات اليوم الأول.

2. يجب إثبات استخدام مفردات بريدية أساسية، ومعرفة صحيحة بأسماء العناصر المستخدمة (أنواع الطوابع، وأختام الإلغاء، والقرطاسية البريدية، والدفاتر، وطوابع الآلة "ATM"، وما شابه).

3. يجب أن يتضمن شروحات أساسية عن التثقيبات، والعلامات المائية، وأختام الإلغاء، وما شابه.

4. يجب أن يشمل تنوعًا من العناصر البريدية: الرسائل، والقرطاسية البريدية، وأختام الإلغاء العادية والخاصة، وأختام البريد الجوي، وما شابه.

5. يجب مراعاة تحديد الأجرة البريدية الجديدة. وعندما تُختار رسالة لتوضيح الموضوع على الطابع، يجب تضمين شرح لاستخدامها البريدي وفق الأجور البريدية.

6. تُفضّل المادة التي مرت فعليًا عبر البريد على المغلفات أو المواد المُعدّة خصيصًا لهواة الطوابع.

7. يجب أن تحتوي كل الصفحات على نصوص ذات إشارات بريدية و/أو بريدية.

الفئة العمرية "B" (16 إلى 18 سنة)

بالإضافة إلى ما هو متوقع من عرض الفئة "A"، ينطبق أيضًا ما يلي:

1. يجب أن تكون المفردات البريدية دقيقة.

2. يجب أن يبدأ العارض بدراسة الصفائح والتفاوتات، والطبعات الإضافية، وآلات الطوابع "meters"، وإجراءات الطباعة... ويجب إظهار هذا البحث في النصوص البريدية.

3. يجب ألا تُخلط النصوص البريدية بالنصوص الموضوعية، ولا أن تتضمن تقييمات ذاتية. فمثلاً لا يصح: "ختم إلغاء جميل استخدم بين 1920 و1925 في مدينة لندن، مسقط رأس...".

4. يجب شرح تفاوتات أختام الإلغاء، والقرطاسية البريدية، والثقيبات، وكل أنواع العناصر البريدية بدقة وشمول، مع إظهار استخدام مراجع الطوابع.

5. يجب أن يُظهر العارض معرفة بكل أنواع الأجور البريدية، بما فيها زيادات أجرة البريد الجوي أو أي خدمات خاصة أخرى، وشرحها في النصوص البريدية.

6. تمثل الوثائق البريدية المتداولة فعليًا عنصر دعم مهمًا في العرض. وعمومًا، يجب أن يكون هناك قطعة واحدة على الأقل في كل صفحة.

7. يجب عرض أختام الإلغاء الخاصة وأختام اليوم الأول على المواد غير المستخدمة باستخدام "نوافذ" لإخفاء الجزء غير ذي الصلة من الوثيقة والاستفادة من كل مساحة الصفحة. وفيما يخص القرطاسية البريدية، يجب على العارض دائمًا عرض القطعة كاملة، وعند الحاجة، تضمين نسخة من الطابع المطبوع عليها.

8. يجب تجنب أختام الإلغاء العادية التي لا تُسهم بأي عنصر موضوعي في التطوير.

الفئة العمرية "C" (19 إلى 21 سنة)

بالإضافة إلى ما هو متوقع من عرض الفئة "B"، ينطبق أيضًا ما يلي:

1. يجب شرح كل الوثائق شرحًا صحيحًا، بمفردات تقنية تُظهر استخدام مراجع متخصصة.

2. يجب أن تستخدم النصوص البريدية المصطلحات والمفردات الصحيحة. وتُستخدَم هذه النصوص لشرح الخصائص البريدية، أو تصنيف القطع (بروفة، خطأ تثقيب، طبعة إضافية، طابع بزيادة قيمة، تثقيب شركاتي، وما شابه)، أو لتبرير تضمين طوابع مالية أو مواد أخرى غير موصى بها عادة.

3. يجب تضمين دراسة متخصصة في العرض، سواء عن الصفائح، أو التفاوتات، أو الطباعات الإضافية، وما شابه، وشرحها شرحًا صحيحًا.

4. يجب أن تتبع دراسات الطوابع إرشادات العروض التقليدية، أو التاريخ البريدي، أو أي تخصص بريدي آخر، بحسب طبيعة المادة البريدية المراد شرحها.

5. يجب تضمين دراسات الطوابع بطريقة لا تؤثر على المعالجة الموضوعية. ويجب أن تتعاش معالجتان جنبًا إلى جنب دون أن تقاطع إحداهما الأخرى.

6. يُعرَض فقط الوثائق المثبت مرورها فعليًا عبر البريد (بريد مسجَّل، إيصالات استلام، أختام محددة)، مع شرح تفصيلي عن الأجور البريدية و/أو الظروف المحيطة.
7. يجب اختيار المواد بأنسب طريقة من بين كل ما هو متاح، لتمثيل فكرة محددة، مع إعطاء الأولوية للمواد الأقل شيوعًا.
8. يجب أن يكون هناك تنوع كامل من الوثائق البريدية الموجودة لتوضيح الموضوع، مع استخدامها بتوازن.
9. يجب مراجعة أي تزييف أو تلاعب بريدي بكل خصائصه.

3. المادة

3.1 حالة المادة ونظافتها

الفئة العمرية "A" (10 إلى 15 سنة)

1. يجب أن تكون الطوابع المستخدمة بحالة ممتازة (دون تمزق، أو بقع صدأ، أو بهتان لون...). ويجب أن يسمح ختم الإلغاء برؤية صورة واضحة للطابع، خصوصًا عندما يرتبط ذلك بالموضوع. أما المادة البريدية الحديثة، فيجب أن تكون بحالة جيدة جدًا.
2. لا تُقبل القطع البريدية المقصوفة (الطوابع، القرطاسية البريدية، الرسائل الجوية...)، إلا في حال وجود تبرير مكتوب. مثال: طابع مقصوص في فترات استثنائية (فترات الحرب) بسبب نقص الطوابع.
3. يجب أن تسمح أختام الإلغاء الخاصة، والأختام الميكانيكية، والعلامات البريدية الأخرى، برؤية الموضوع الموضوعي بوضوح.

الفئة العمرية "B" (16 إلى 18 سنة)

بالإضافة إلى ما هو متوقع من عرض الفئة "A"، ينطبق أيضًا ما يلي:

1. يجب أن تكون كل الطوابع جيدة التمرکز وبألوان زاهية.
2. تُفضَّل أختام الإلغاء المؤرَّخة النظيفة والواضحة القراءة التي تُظهر استخدامًا بريديًا حقيقيًا، سواء على الطوابع أو الوثائق البريدية.

الفئة العمرية "C" (19 إلى 21 سنة)

بالإضافة إلى ما هو متوقع من عرض الفئة "B"، ينطبق أيضًا ما يلي:

1. يجب التحقق الدقيق من المواد البريدية لتجنب القطع المزيفة أو المتلاعب بها.
2. يجب تبرير سبب استخدام مواد لا تستوفي الحالة المناسبة (مثال: قطع فريدة أو نادرة جدًا، أو مستعادة من حوادث بريدية، وما شابه).

3.2 وجود مادة موضوعية وبيدية مثيرة للاهتمام

لتحديد مقياس أهمية المادة البريدية، تُراعى النقاط التالية من الأقل إلى الأكثر إثارة للاهتمام:

العمود 1 · العمود 2

طابع منفصل · طابع على مغلف

ختم إلغاء مجاملة "دون استخدام حقيقي" · مغلف تداول فعلي بأجرة صحيحة

مغلفات ذات طوابع زائدة عن الحاجة · مغلفات متداولة بشكل صحيح

شحنات عادية · شحنات خاصة (مسجل، مستعجل، بريد جوي)

شحنات مدفوعة الأجرة بطوابع من عدة إصدارات مختلفة · شحنات مدفوعة الأجرة بطابع واحد أو أكثر من نفس الإصدار أو النوع

وثائق لا يوجد فيها تطابق بين الطابع والختم · وثائق ذات تطابق كبير بين الطابع والختم

مغلّف بريدي (مصور أو غير مصور) · وثيقة بريدية (لاحتياجات بريدية فعلية)

مادة يسهل إيجادها · مادة نادرة

يُسمح بالطوابع المرتبطة بالموضوع على رسائل عادية، بشرط استخدامها لإثبات التداول الفعلي للإصدار مع دراسة التواريخ والأجور البريدية. وإلا، فيُفضّل الطابع وحده.

عند اختيار مادة بريدية مثيرة للاهتمام، يجب على العارض مراعاة معيار الحالة للمادة المختارة ومدى توفرها، وهو ما ينعكس غالبًا على السعر والندرة.

عند اختيار المادة المناسبة للعرض، يجب على العارض مراعاة النوع، والفترة البريدية (ما قبل البريدية، والقطع الكلاسيكية، والقطع الحديثة)، والخدمات البريدية.

الفئة العمرية "A" (10 إلى 15 سنة)

1. يجب تجاوز العناصر المذكورة في العمود 1 في عدة نقاط.

الفئة العمرية "B" (16 إلى 18 سنة)

1. يجب أن تكون غالبية العناصر البريدية مطابقة لما هو مذكور في العمود 2.

2. تُجرى دراسات الطوابع على قطع بريدية متوسطة الصعوبة.

الفئة العمرية "C" (19 إلى 21 سنة)

1. يجب أن تكون كل العناصر البريدية مطابقة لما هو مذكور في العمود 2.

4. طريقة العرض

يجب على كل الجامعين الصغار اتباع هذه النقاط. ويُعدّل مقياس الالتزام بحسب الفئة العمرية.

1. يجب أن يحتوي العرض على عرض أنيق.

2. يجب أن يدعم العرض أهداف العرض، وييسّر فهم القارئ.

3. يُنصح باستخدام صفحات بيضاء أو فاتحة اللون.

4. يجب أن يظهر الترقيم الرقمي أو الأبجدي الرقمي للخطّة بوضوح في كل صفحة من صفحات العرض.

5. يمكن توضيح الخطّة والعرض بمواد غير بريدية.

6. يجب توزيع الطوابع والوثائق البريدية بشكل متوازن (يجب ألا تتراكم الطوابع في بعض الصفحات والمغلّفات في صفحات أخرى). ويجب وضع أهم القطع في مواضع استراتيجية لجذب انتباه القارئ.

7. يجب توزيع النص على كل أنحاء الصفحة. ولا يجب أن يكون هناك زيادة أو نقص في النص.

8. يجب أن تتناسب الإطارات المطبوعة، وحوامل الطوابع، وأي عنصر تزييني آخر مع أبعاد الوثيقة المقابلة.

9. يمكن نسخ الوجه الخلفي للوثيقة و/أو القرطاسية البريدية عند الحاجة لتطوير الموضوع أو المعالجة البريدية.
 10. يجب استخدام ثلاثة خطوط مختلفة على الأقل: للعنوان، والنص الموضوعي، والنص البريدي.
 11. يجب أن يكون حجم النص مناسبًا وواضح القراءة.
 12. تُراعى بشكل خاص سلامة الإملاء في اللغة المستخدمة في العرض.
 13. يجب أن يجذب العرض العين، وأن تكون كل صفحة في كل إطار، وكذلك الانطباع العام للعرض، متوازنًا جيدًا.
 14. في العروض الحرة "Open"، يجب ألا يتجاوز سمك المادة غير البريدية 5 ملم لتناسب الإطارات القياسية للمعرض.
- أحكام ختامية

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

اعتمدت إرشادات تحكيم عروض الشباب في معارض FIP هذه من قِبَل أعضاء مكتب لجنة الشباب خلال اجتماع المؤتمر بتاريخ 8 أغسطس 2022. ووافق عليها مجلس إدارة FIP وصادق عليها مؤتمر FIP بتاريخ 9 أغسطس 2022.