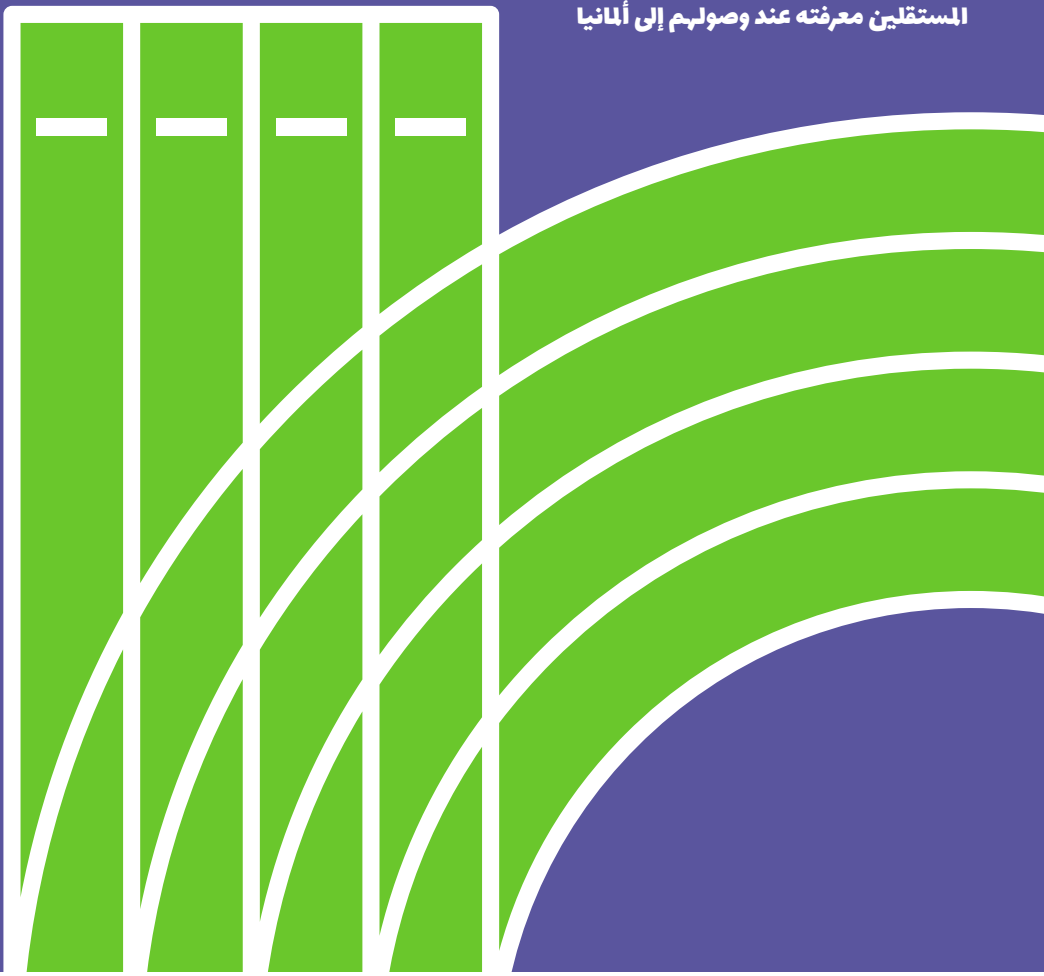
جاهزون للانطلاق

ماذا يجب على الصحفيات والصحفيين
المستقلين معرفته عند وصولهم إلى ألمانيا



Neue deutsche Medienmacher*innen

FREI SCHREIBER

n-ost
border crossing journalism

المحتوى

تمهيد ٤

تجارب وخبرات من صحفيين وصحفيات ذوي خبرة ٦

الجزء الأول: المشهد الإعلامي ١٢

ماهي بنية السوق الإعلامي الألماني؟ ١٣

كيف تعمل غرف التحرير، وكيف يمكن الوصول إليها؟ ١٤

كيفية كتابة مقترح صحفي جيد. ١٥

الجزء الثاني: الجزء التنظيمي ١٧

الحصول على إذن العمل. ١٨

هل يجب إتقان اللغة الألمانية لإيجاد عمل في ألمانيا؟ ٢٠

ما أهمية التدريب العملي، أو التطوع في مؤسسة إعلامية؟ ٢٠

ما هي الأجور المناسبة، وكيف يمكن التفاوض بأفضل طريقة؟ ٢١

ما يجب مراعاته في عقود العمل. ٢٢

كتابة الفاتورة ٢٢

الجزء الثالث: المساواة ٢٧

أهم النقاط بإيجاز. ٢٦

ما الذي يجب الانتباه إليه؟ ٢٨

ماذا لو تعرضنا للعنصرية في غرف التحرير؟ ٢٧

كيف يمكن التعامل مع التهديد والكراهية؟ ٣٠

المساعدة النفسية للصحفيات والصحفيين. ٣٢

الجزء الرابع: روابط مفيدة ٣٣

النقابات والجمعيات. ٣٤

منظمات الإعلام الأخرى. ٣٤

فرص التمويل. ٣٥

المدارس الصحفية. ٣٥

عروض التدريب. ٣٥

هيئة التحرير ٣٧

زميلاتنا زملاؤنا الأعزاء،

الصحافة ليست مجرد مهنة، بل هي شغف نعمل به من قلوبنا.
يقدم الصحفيون والصحفيات الكثير من التضحيات ويتحملون المخاطر من أجل إيصال النقد وتسليط الضوء على القضايا التي قد لا تحظى بالاهتمام الكافي. يقومون بكشف الحقائق وتقديمها للجمهور بكل شجاعة.

تعد الأسباب التي تدفع الصحفيين والصحفيات للانتقال إلى ألمانيا متنوعة. قد يكون بعضهم تركوا بلدهم بسبب التهديدات الأمنية المتزايدة التي أصبحت تشكل خطراً على ممارسة عملهم. في حين جاء البعض الآخر لأسباب شخصية أو عائلية.

وبغض النظر عن الأسباب، يتشارك الصحفيون والصحفيات الوافدون إلى ألمانيا تحديات الانطلاقة الجديدة. فهم يبدؤون حياة جديدة في بلد غريب، ربما بمستوى متواضع من اللغة الألمانية وقليل من العلاقات. ومع ذلك، يحملون رغبةً قوية في مواصلة مهنتهم الصحفية وتغطية القضايا المهمة التي غالبًا ما تكون غائبة في وسائل الإعلام.
هذا هو دافعنا للعمل على هذا الكتيب، حيث تحتاج صناعة الإعلام في ألمانيا بشدة إلى أصوات جديدة ومنظور خارجي. الصحفيون والصحفيات الجدد يجلبون معهم تجاربهم ورؤاهم الفريدة، ويثرون المشهد الإعلامي بمداخلاتهم القيمة.

نحن نهدف من خلال هذا الكتيب إلى توجيه رسالة إلى جميع الذين يبدؤون مرحلة جديدة في حياتهم المهنية الصحفية في ألمانيا. نريدكم أن تعلموا أنكم لستم وحدكم في هذه التجربة. هناك زملاء وزميلات كُثر مروا بنفس التحديات وبدأوا من الصفر في مجال الإعلام الألماني. تجاربهم تؤكد أن البدايات الصعبة في ألمانيا ممكنة وقابلة للتحقيق. وهناك شبكة من الصحفيين والصحفيات الذين يمكنكم الاعتماد عليهم والاستفادة من خبراتهم.

نحن، كصناع إعلام جدد في ألمانيا « Neuen deutschen Medienmacher*innen »، نشكل جزءًا من هذه الشبكة. بغض النظر عن خلفياتنا الثقافية والدولية المختلفة، نعمل جميعًا على تعزيز التنوع في المشهد الإعلامي وإثراء الحوار العام، وذلك بالتعاون مع شبكة «n-ost» العابرة للقوميات لفتح طرق جديدة في الصحافة الأجنبية، وشبكة «Freischreiber»، للمساعدة الذاتية للصحفيين

والصحفيات المستقلين، قمنا بجمع المعلومات الأساسية التي يحتاجها الصحفيون والصحفيات المستقلين خاصة إذا كانوا جدد في ألمانيا. بدءاً من إعطاء لمحة عامة عن بنية وطريقة عمل الإعلام الألماني، وصولاً إلى العديد من النصائح العملية حول العمل مع غرف التحرير وتنظيم العمل الحر وحتى المساعدة في حالة التعرض للتمييز أو التهديد.

نأمل أن يقدم هذا الكتيب إجابات شافية على الأسئلة العاجلة ويكون دليلًا مفيدًا لمن يبدأ في ميدان الصحافة في ألمانيا. ومع ذلك، يجب التنويه إلى أن معلوماتنا غير ملزمة قانونيًا. خاصة فيما يتعلق بمسائل تصريح الإقامة وحق العمل، حيث يجب مراعاة كل حالة على حدة.

يعود مصدر معلوماتنا إلى مشروع «Handbook Germany»، والذي يعتبر أيضًا مبادرة تابعة لصناع الإعلام الجدد «NDM». حيث يمكن العثور على معلومات موثوقة ومحدثة بشكل منتظم بتسع لغات مختلفة تتعلق بمواضيع الحياة والعمل في ألمانيا (العربية، الفارسية، الألمانية، الإنجليزية، الفرنسية، البشتو، الروسية، التركية والأوكرانية). لمعلومات أكثر يمكنكم العودة إلى المصدر الأصلي، أو الحصول على استشارة من موقع «Together in Germany».

ليس هذا الكتيب إلا خطوة أولى في الطريق. الذي نتمنى لكم فيه الكثير من النجاح والتقدم. وإذا كنتم ترغبون في الانضمام إلى شبكتنا، فمرحبًا بكم!

أصوات صحفيات وصحفيين ذوي خبرة

سألنا الصحفيات والصحفيين غير الناطقين بالألمانية كلغة أم: ما هي تحديات العمل الصحفي في ألمانيا؟ وما هي النصائح التي توجهونها للزميلات والزملاء في مضمار العمل؟

«في بداية مسيرتي الصحفية، كان شعوري بعقدة النقص تحدٍّ كبير، كون لغتي الألمانية لم تكن ممتازة. لكن فيما بعد، أدركت أن الصحافة الجيدة ليست مجرد كتابة خالية من الأخطاء اللغوية. وإنما القدرة على البحث الجيد، والعثور على مواضيع مثيرة للاهتمام، وبناء العلاقات، والعمل بشكل جيد في الفريق، كل هذه مهارات ضرورية - وهذا ما يميز الكثير من الصحفيات والصحفيين المهاجرات والمهاجرين. بما في ذلك القدرة على التكيف، والنظر للعديد من المواضيع من زاوية جديدة، ومعرفة لغات وثقافات مختلفة والقدرة على التواصل والوصول إلى مجموعات وتجمعات مختلفة.»

إيلا شيندلر محررة في دار نشر (Nürnberger Presse) ومسؤولة عن التدريب الصحفي. نشأت في أوكرانيا وانتقلت إلى ألمانيا مع عائلتها عندما كانت في السادسة عشرة.

« أكبر تحدٍّ لي كان الوصول إلى غرف التحرير وإثبات قدرتي على العمل الجيد رغم كوني لاجئة. العديد من الأشخاص، بمجرد أن يسمعوا أنك من أفغانستان أو من بلد فقير أو في حالة حرب، يتصورون أنك لا تستطيع العمل بشكل جيد. لذلك يجب أن تبذل مجهوداً أكثر من الآخرين ليأخذوك بعين الاعتبار وعلى محمل الجد. حتى عندما يتعرض المرء للرفض، عليه أن يبدأ من جديد وألّا يسمح لذلك بجعله يتراجع أو يضعف.

في البداية، أنهيت أربع تدريبات مختلفة في ستة أشهر. أحدها في (Tagesschau) ومن خلاله وصلت إلى (WDR). وخلال ذلك تعرفت على أشخاص لطفاء ومتعاونين. في كل مكان هناك أشخاص من هذا النوع. نصيحتي هي الإسراع والتحدث معهم. والأهم هو أن تقدروا خبراتكم وتستعينوا بمعرفتكم بلغة ثانية.

تعمل فيرا بلوك كصحفية مستقلّة متخصصة في الراديو تهتم بمواضيع تتعلق بالتنوع، والمساواة، وتاريخ الهجرة، خاصة في مجال الثقافة والشؤون الاجتماعية. وُلدت في جورجيا.

تعمل أريزاو نايبي كمحررة وكاتبة في (WDRforyou)، و ARD- Magazin (Monitor)، و (NOWU). وُلدت ونشأت في كابول وعملت في أفغانستان كصحفية خلال الحرب قبل أن تلجأ إلى ألمانيا.

«التحدي الكبير كان ولا يزال هو إثبات نفسي أمام فريق التحرير الذي لم يتعرف عليّ بعد وإثبات أني أصلح كصحفية. ليس فقط كوسيطة ولا فقط شاهدة أو مترجمة. بل أيضاً لدي خبرة مهنية تتجاوز منشئي أو لغتي. هذا التحدي، يتجلى بشكل خاص في مجال العمل في وسائط الإعلام الصوتية: حيث يتعين دائماً التأكيد أنّي قادرة على الظهور في الراديو بصوتي. فالصحفيون والصحفيات ذوو اللهجات المميزة يعتبرون ندرة في المشهد الإعلامي الألماني.»

«بالتأكيد، جب أن يكون التركيز أولاً وقبل كل شيء على اللغة الألمانية. إذا لم يكن الصحفي أو الصحفية قادرين على التعبير عن أفكارهم وتقديمها بشكل فعّال، فمن المرجح أنهم لن يتمكنوا من تسويقها بنجاح. لن تتاح لهم الفرصة لإبراز أنفسهم وإظهار قدراتهم المعرفية. ثم تأتي أهمية التفكير في القيمة المضافة التي يمكن أن يقدمها الصحفي أو الصحفية من خلال خلفيتهم الثقافية. وكيف يتناولون المواضيع السياسية من منظورهم، ما هي الأمور التي تزعجهم؟ مواضيع قد لا يكون للكثير من الألمان - وأقصد بذلك الأشخاص الذين وُلِدوا هنا - القدرة على فهمها، نظراً لعدم خوضهم تجربة هجرة ولجوء مشابهة.

أنا شخصياً ناضلت وكنت أطلب الفرص بإصرار. تم تقديم الكثير من الوعود لي أثناء فترة التدريب، ولكنني أكدّت أني لا أريد وعوداً، بل أريد عقداً رسمياً. تم منحي فرصاً رغم أن مستوى لغتي كان ضعيفاً في ذلك الوقت. أخبرني مدير التحرير أن لدي شعلة الحماس والطاقة التي يتطلع لرؤيتها. وهنا أريد أن أشجع الآخرين أيضاً على إظهار حماسهم ورغبتهم.

يعمل سليمان تدمري لدى «STRG F» و «Panorama» في (NDR) ويقوم هناك بتحقيقات استقصائية حول العديد من المواضيع والتي يتم إنتاج أفلام قصيرة منها. في سورياً، كان تدمري صحفياً أيضاً وقام بتنفيذ أفلام وثائقية عن الثورة والحرب.

«كان للتواصل الاجتماعي وبناء العلاقات مع الزميلات والزملاء دوراً هاماً في مسيرتي المهنية في ألمانيا. بالإضافة إلى التفاعل مع المنظمات. لذا، لا ينبغي التقليل من أهمية ورش العمل والفعاليات الصحفية. ومن ثم، ساهم التدريب الصحفي العملي بشكل كبير في تخفيف التحديات التي واجهتها. اضطررت هنا لمواجهة كبريائي، فقد كنت سابقاً في بلدي أعمل ضمن أكبر الصحف اليومية، ومع ذلك، عندما انتقلت إلى ألمانيا، قررت العمل والتدريب في جريدة ألمانية. القرار الذي كان صائباً بلا شك.

أنا الآن بوصفي محرّرة وكاتبة أملك منظوراً جديداً ومتميزاً قد لا يتوفر لدى الكثير من الكتّاب الذين يكتبون باللغة الأم. أنا أعمل بلغتين ولدي تجربة العمل في بلد حيث لا تعتبر الحرية الصحفية شيئاً مألوفاً. أنا أرى أموراً قد تفوت زميلاتي أو زملائي «البيض» هنا. وفي كل مرة أكتب فيها عن قضايا مثل الفقر، وتجارب الأفراد من مختلف المجتمعات بما في ذلك مجتمع الميم، والدين، والإجهاض، أو تجربتي الشخصية من الناحية الجسدية والجنسية هنا في ألمانيا، أملك رؤية مختلفة وأكثر عمقاً. فأنا أدرك كيفية معالجة تلك الموضوعات في إيران. مما يضيف قيمة وعمقاً إلى العمل الذي أقوم به هنا في ألمانيا.»

نجين بهكام محررة في مجلة ألمانية للمثليات. بالإضافة إلى ذلك، تعمل بشكل مستقل لوسائل إعلام أخرى، من بينها وسائل إعلام ناطقة بالفارسية.

«في البداية، كنت متشنجة جداً وخائفة من ارتكاب أخطاء لغوية باللغة الألمانية. كنت أفحص نصوصي ورسائل البريد الإلكتروني مراراً وتكراراً. لكني الآن، أصبحت أكثر استرخاء لأنني أدركت أن أخطائي اللغوية لا تزعج جهة العمل في العديد من الأحيان. حالياً، يمكنني التحدث بالألمانية بشكل جيد، ومع ذلك، أستمر في تطوير لغتي باستمرار. التحدي الثاني كان إقامة علاقات داخل أروقة التحرير مع المحررات والمحررين الذين أرغب في التعاون معهم. ساهمت في ذلك مشاركتي في البرامج والمؤتمرات الصحفية في ألمانيا. خلال تلك الفعاليات، تمكنت من التعرف على زميلات وزملاء ألمان بالإضافة إلى أولئك الذين وصلوا حديثاً إلى ألمانيا وكانوا يبحثون عن نقطة انطلاق مماثلة. لذلك أوصي بشدة بالمشاركة المستمرة في هذه الفعاليات، وتوسيع دائرة العلاقات، واستكشاف الخيارات.»

تعمل إيرينا تشيفتايفا محررة في القسم الروسي لشبكة دويتشه فيله (Deutsche Welle). بالإضافة إلى ذلك، تقوم بكتابة مقالات حول روسيا لمنصات إعلامية ألمانية معروفة مثل (Die Zeit) ووكالة الأنباء (epd). في الماضي، شغلت منصب مراسلة لراديو الحرية ومنصب مراسلة لصحيفة (Novaya Gazeta)، وكذلك عملت كمنتجة للقناة الألمانية (ARD) في موسكو.

في ألمانيا يُولى النطق اهتماماً مفرطاً وبالتالي يتم خلق مجال لغوي مصطنع لا يعكس الحياة اليومية الاعتيادية. لا أقصد أن يتم التسامح مع الأخطاء اللغوية، لكن اللهجات واللكنات هي جزء من اللغات الحيوية. وفي بريطانيا أو الولايات المتحدة تُعتبر اللهجات جزءاً طبيعياً في وسائل الإعلام.

كشخص غير متكلم بالألمانية كلغة أم، يجب على الفرد أن يتصرف بثقة ويجرؤ على طرح اقتراحاته. أدركتُ خلال الحرب الروسية في أوكرانيا، مدى الثراء والقيمة التي يمكن أن يضيفها الأفراد الذين لديهم خلفيات ووجهات نظر متنوعة في غرف التحرير. يجب على الشخص دائماً التأكيد على معرفته باللغة واستخدامها - إذ غالباً ما تفتقر فرق التحرير إلى محررين يتحدثون لغات متعددة بشكل كافٍ. وبالتالي، يُعَدّ كل فرد يمتلك معرفة بلغة أخرى مكسباً إضافياً.

دانيلو بيليك موظف مستقل ومحرر في قسم اللغة الأوكرانية لـ (Deutsche Welle)، يعمل في أدوار مختلفة في المجال الإلكتروني - من محرر أخبار إلى متابع للمهام اليومية ومدير الجودة. بالإضافة إلى ذلك، يعمل بشكل مستقل لوسائل الإعلام الناطقة بالألمانية، بما في ذلك (WDR) و (Deutschlandfunk) في كولن.

المشهد الإعلامي

ماهي بنية السوق الإعلامي الألماني؟

يتميز النظام الإعلامي الألماني بطابعه غير المركزي مقارنةً ببلدان أخرى، كما أن تأثير الدولة عليه محدود نسبياً. تحتل ألمانيا المرتبة ١٦ من بين ١٨٠ دولة في قائمة حرية الصحافة لمنظمة «مراسلون بلا حدود» (RoG) لعام ٢٠٢٢. وقد شهدت ألمانيا تراجعاً في هذه القائمة خلال السنوات الأخيرة، نتيجة تزايد الهجمات على الصحفيين وتضاؤل التنوع الإعلامي بسبب الظروف الاقتصادية. بشكل عام، يمكن تقسيم السوق الإعلامي الألماني إلى مجالات المطبوعات ووسائل الإعلام المرئية والمسموعة والإنترنت.

المطبوعات: تهيمن في ألمانيا الصحف التي تُنشر على مستوى إقليمي وتُوزع عبر الاشتراكات. تتميز هذه الصحف بوجود قسم مشترك يُعرف بـ «Mantel-Teil» وتشترك فيه عدة صحف بتناول المواضيع السياسية والاقتصادية في ألمانيا والعالم. ثم تأتي - حسب مكان بيع الصحيفة - أقسام محلية متنوعة للمناطق المختلفة.
وتشمل الشركات الكبرى الناشرة للصحف الإقليمية، شركة Südwestdeutsche Medien Holding GmbH، die Funkeg Mediengruppe، و Verlagsgruppe Ippen. ومن الصحف المنتشرة هناك على سبيل المثال: صحيفة «Westdeutsche Allgemeine Zeitung»، وصحيفة «Berliner و Sächsische Zeitung».

بالإضافة إلى ذلك، هناك بعض الصحف والمجلات التي تُنشر في كل أنحاء ألمانيا، وتصدر يومياً أو أسبوعياً. ولديها تركيز أكثر على الحياة السياسية. مثال ذلك: taz, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung, Spiegel, Stern, Zeit, Welt, BILD.

وسائل الإعلام المرئية والمسموعة: تنقسم وسائل الإعلام المرئية والمسموعة (التلفزيون والراديو) في ألمانيا إلى فئتين، العامة والخاصة. تقوم الفئة العامة بتوفير المعلومات والتعليم والاستشارات والترفيه

وفقاً لتكليف من قبل الدولة مع مساحة من الحرية في تحقيق هذه المهام بالطرق التي تراها مناسبة، ويتم تمويلها من خلال رسوم البث التلفزيوني والإذاعي، التي يدفعها جميع المواطنين والمواطنات والشركات والمؤسسات والهيئات العامة في ألمانيا. هناك أيضاً محطات تلفزيونية وإذاعية تعمل على الصعيدين الوطني والإقليمي. ومن الأمثلة على الصعيد الوطني: ARD، ZDF، Deutschlandradio. وعلى الصعيد الإقليمي: NDR، MDR، SWR، BR، HR.
أما الخاصة فلا تخضع للالتزام القانوني، ولكنها في المقابل لا تحصل على تمويل من رسوم البث التلفزيوني والإذاعي. هناك محطات إذاعية مجانية لا تتطلب رسوم اشتراك، وتمول نفسها من خلال الإعلانات التجارية. مثل: I.Sat، RTL، ProSieben. وهناك قنوات بث تتطلب رسوم اشتراك، مثل قنوات Sky.
الإنترنت: المنصات الرئيسية المهمة هي بشكل أساسي النسخ الإلكترونية للصحف الكبرى، أو وسائل الإعلام التلفزيونية والإذاعية الكبيرة. مثل: bild.de، spon.de، rtl.de.

كيف تعمل غرف التحرير، وكيف يمكن الوصول إليها؟

إذا كنتم ترغبون في تقديم مساهمة صحفية لوسيلة إعلامية، فإنه يُفضل أن يصل العرض إلى الجهة المناسبة مباشرة. من الأهمية بمكان أن يكون محتوى وشكل المساهمة مناسبين للوسيلة المعنية. بمجرد التحقق من ذلك، يجب عليكم أن تبحثوا عن الشخص الأنسب للتواصل. من الممكن أن يساعد الزميلات أو الزملاء الذين يعملون في نفس المجال في توجيهكم. أو يُمكنكم التحقق عبر هيئة النشر لمعرفة من يدير القسم وماهي معلومات التواصل معه. عادةً ما تكون هناك عناوين بريد إلكتروني عامة تتم إدارتها من مساعدين أو مساعدات. بالإمكان أيضاً إرسال الاقتراحات عبر البريد الإلكتروني العام من خلال عرض تقديمي (انظروا أدناه). إذا لم تكن العناوين البريدية مذكورة في العنوان الرئيسي، يُمكن الاستفسار عنها من خلال الاتصال بالرقم الهاتفي العام. في بعض الحالات، يُمكن أيضاً تحديد عناوين البريد الإلكتروني المباشرة للمحررين. في حال كان هذا متوفراً، يُمكنكم البحث عن الصحفيات أو الصحفيين الأكثر خبرة ومعرفة الموضوع الذي ترغبون بالمساهمة فيه وإرسال عرضكم التقديمي.

تنقسم فرق التحرير إلى تخصصات مختلفة تتناول مجالات محددة مثل السياسة، والاقتصاد، والرياضة، والعلوم. وتحكمها هياكل تنظيمية ثابتة بحيث يتم سير العمل عن طريق دورات نشر محددة، يتم تحديدها وفقاً لطريقة النشر والعرض.
في الصحف اليومية تُعقد اجتماعات صباحية لمناقشة المواضيع المطروحة، ثم تُكتب النصوص ويتم التوافق على تصميم الصفحة الأولى للصحيفة. يجب أن تكون جميع الجوانب جاهزة قبل الموعد النهائي للتحرير المحدد. أما في المطبوعات الأسبوعية، فعادة يتم تخطيط المواضيع مُسبقاً لفترة زمنية أطول مع تخصيص وقت أكبر للبحث والكتابة ولا تعقد اجتماعات يومية. أما في مجال التحرير الرقمي، فهناك اجتماعات منتظمة (عادةً يومية)، ولكن لا توجد مواعيد نهائية للتحرير. غالباً ما يجب كتابة النصوص «بأسرع ما يمكن» ويتم نشرها فور الانتهاء منها.

كتابة مقترح صحفي جيد

المقترح الصحفي هو نص قصير لشرح فكرة المقالة المقترحة. يتضمن هذا الملخص عادةً نصاً موجزاً يلخص الفكرة الرئيسية وشكل النص المقترح. بعد قراءة الملخص، يجب أن يكون القارئ أو القارئة على دراية بمحتوى القصة وجوهر الموضوع. يكون الملخص غالباً قصيراً بلغة بسيطة، بضع جمل كافية، ويفضل ألا يزيد عن فقرتين. رغم أن تلخيص المحتوى الأهم في عدد قليل من الجمل ليس سهلاً، إلا أنه من المهم معرفة أن من نرسل لهم الملخص عادةً يكون وقتهم محدوداً ويتلقون اقتراحاتٍ كثيرة. لذلك من المهم أن يكونوا قادرين على الوصول إلى كل المعلومات التي يحتاجونها بأسرع طريقة لاتخاذ قرار فيما إذا كان المقترح مناسباً .
قدموا موضوع المقالة المقترحة في عبارة واحدة ثم وضحوا المناسبة والأهمية الاجتماعية لهذا الموضوع والفئة المستهدفة والوسيط والقسم الذي تقترحون النشر فيه.

اكتبوا في سطرين كيف تعتزمون تنفيذ المقترح (تقرير، فيتشر، مقابلة أو ما شابه) والطول المقترح (بالأحرف أو بالدقائق). إذا كنتم حددتم الشخصيات الأساسية في هذا الموضوع، يمكنكم إضافة ذلك أيضاً.
إذا كانت هذه هي المرة الأولى التي تقدمون فيها مقترحاً، يمكنكم إضافة بضع جمل أيضاً عن أنفسكم: مؤهلاتكم وخبراتكم العملية، والوسائط التي عملتم بها من قبل. يمكنكم إضافة روابط لموقعكم الالكتروني أو منشوراتكم وأعمالكم السابقة.

المناصب الرئيسية في فريق التحرير ومهامها:

- **رئاسة التحرير:** إدارة المحتوى الصحفي وتنسيق عمل التحرير بشكل عام وتطويره. اتخاذ قرارات استراتيجية مثل الميزانية والموظفين والتصميم أو الاتجاه العام للمحتوى. المشاركة نادراً في المجريات اليومية.

- **رئاسة الأقسام:** اعتماد المحتوى الذي سيُنشر في قسمهم الخاص. بالإضافة إلى تنسيق سير العمل فيه.

- **محرر رئيسي أو محررة رئيسية (CvD):** إدارة وتنسيق العمليات اليومية للتحرير، بما في ذلك إدارة الاجتماعات والجداول الزمنية لتسليم المقالات وتخطيط المحتوى والمساهمة في التنسيق، وأن يكون أو تكون شخص مرجعي في سير العمل اليومي.

- **المحررات والمحررون:** يتولون مهمة البحث، والكتابة، وتحرير النصوص. غالباً ما يكون لديهم مجال معين من الاهتمام والمعرفة الخاصة.

- **المساعدات والمساعدون:** يقومون بالدعم في تنظيم القسم والرد على الاستفسارات البسيطة وتنسيق المواعيد والسفر.

- **الحسابات:** قسم في فريق التحرير مسؤول عن الشؤون المالية. يدير أموراً مثل دفع الرواتب، والإيرادات والمصاريف.

الجزء التنظيمي

ما الذي يجب فعله للحصول على إذن العمل؟

يمكن لأي شخص في ألمانيا أن يعمل كصحفي نظراً لأن مهنة الصحافة لا تعتبر مهنة محمية قانونياً. وهذا يعني أنه ليس هناك متطلبات محددة للحصول على شهادة مهنية لممارسة الصحافة. على خلاف المهن الأخرى مثل الصيدلة والمحاماة والطب. وبموجب المادة ٥ من الدستور الألماني، يشمل حق حرية الإعلام أيضاً حق الوصول الحر للعمل الصحفي.

ومع ذلك، لا يخلوا الطريق إلى الصحافة من العقبات. للسماح لكم بالعمل كصحفيين وصحفيات مستقلين، يجب أن يتضمن تصريح إقامتكم عبارة «مسموح بالعمل Erwerbstätigkeit gestattet» أو «يسمح بالعمل الحر selbstständige Tätigkeit gestattet». إذا كنتم حاصلين على حق اللجوء أو تم الاعتراف بلجوئكم أو حصلتم على الحماية الثانوية، يتم تضمين هذه المعلومات عادة في وثيقة إضافية زرقاء إلى جانب تصريح الإقامة الصادر عن من دائرة الأجانب. إذا كان تصريح الإقامة لا يسمح بالعمل الحر، يمكنكم تقديم طلب للحصول على تصريح إقامة ضمن شروط محددة، ووفقاً للمادة ٢١ البند ٦ من قانون الإقامة (AufenthG).

هذا يعني: أنه قبل البدء بالعمل الصحفي، هناك الكثير من الأعمال الإدارية. وتبعاً للبلد الأصلي والعمر قد تكون شروط الحصول على تصريح العمل بسيطة، أو صارمة، أو صارمة جداً.

إذا كنتم من دولة عضو بالاتحاد الأوروبي،

أو من منطقة الاقتصاد الأوروبي أو سويسرا، وقمتم بتسجيل الإقامة الرئيسية لديكم في ألمانيا، يمكنكم الحصول على رقم تعريف ضريبي «Steueridentifikationsnummer» والبدء في العمل استناداً على حق الحرية في التنقل.
لكن إذا كنتم تعملون بشكل مستقل وتحتاجون لتقديم الفواتير، فيجب عليكم الحصول على رقم ضريبي «Steuernummer»، يمكن الحصول عليه عن طريق تقديم طلب من المكتب الضريبي المحلي «Finanzamt».

متطلبات الحصول على تأشيرة للعمل الحر

- **يجب أن يكون تمويل المشروع التجاري مضموناً.**
- **من يرغب في العمل بشكل مستقل لقاء أجر يحتاج إلى تصريحات نية للتعاون (Letter of Intent) من مؤسستين إعلاميتين على الأقل، تؤكد رغبتهم في التعاون (مع توضيح نوع العمل، ونطاقه، ووصفه). يكون من الممكن الحصول على تصريح نية بشكل أسهل إذا كانت تلك المؤسسات تعرفكم بالفعل. لذا يُنصح بإرسال طلب تصريح الإقامة بهذه الطريقة عندما تكون لديكم بالفعل فرص لبناء علاقات مع تلك المؤسسات التحريرية من خلال فترات تدريب مثلاً أو زمالات.**
- **من هم أكبر من 45 عاماً، يجب أن يقدموا أيضاً إثباتاً بأنهم قد وفروا دخلاً للتقاعد بشكل كافٍ. بالنسبة للأشخاص العاملين بشكل مستقل، يمكن تقديم هذا الإثبات بشكل أساسي من خلال الأموال الخاصة بأشكالها المختلفة، أو الحقوق المكتسبة للتقاعد التي تم الحصول عليها سواء في الخارج أو في الداخل، أو من خلال الأصول التجارية.**
- **كإشارة عامة تم ذكرها في إرشادات الإجراءات المتعلقة بقوانين الإقامة من مكتب الهجرة ببرلين (LEA): يجب أن يكون لديكم تأميناً تقاعدياً يفوق 1340.47 يورو شهرياً أو ثروة تبلغ 195,104 يورو عند سن التقاعد (67 سنة). مع استثناء: إعفاء مواطني تركيا وبعض الدول الأخرى من هذا الشرط.**

هل يجب إتقان اللغة الألمانية لإيجاد عمل في ألمانيا؟

يشهد ميدان الصحافة وصناعة الإعلام تغيراً مستمراً. لم تعد كل المجالات الإعلامية تتطلب لغة ألمانية ممتازة. في صحافة البيانات مثلاً هناك طلب على الصحفيات والصحفيين الذين يجيدون اللغة الإنجليزية ولغات البرمجة، حتى لو لم يكونوا يتحدثون الألمانية بطلاقة. كما تولي فرق التحرير التي تعمل على مشاريع مشتركة عبر الحدود اهتماماً بالزميلات والزملاء الذين يجيدون عدة لغات. بشكل عام، يعتمد الأمر كثيراً على فريق التحرير نفسه وعلى الأشخاص الذين يعملون فيه وكيفية تضمين الكتّاب والموظفين هناك. تم توجيه الانتباه بشكل عام في السنوات الأخيرة داخل وسائل الإعلام إلى أهمية التنوع لتحسين التغطية الصحفية. ومن المؤكد أنه سيحدث المزيد من التغيير في هذا الصدد.

لكن لأولئك الذين يهدفون للكتابة عن ألمانيا لجمهور يتحدث اللغة الألمانية، يكون إتقان اللغة الألمانية مفيداً للغاية. فهذا يُمكّنهم من تقليل اعتمادهم على الترجمة للمصادر والمقابلات والنصوص. كما يسهل عليهم التواصل بشكل أفضل مع زملائهم في الصحيفة. ويُمكن الاستفادة من الأدوات المجانية التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي والتي تستخدم للترجمة أو التدقيق اللغوي مثل DeepL، Duden-Mentor، أو LanguageTool. ومع ذلك، عندما تحتوي النصوص على بيانات حساسة، يجب استخدام هذه الأدوات بحذر أو تجنبها. للحصول على مزيد من المعلومات حول تعلم اللغة الألمانية، يمكنكم زيارة الرابط من هنا.

أحد السبل الممكنة للعمل حتى بدون مستوى متقدّم من اللغة الألمانية هو التعاون مع كاتبات وكتّاب ألمان. من ميزات ذلك أن الصحف تكون أكثر استعداداً لتكليفكم بالمهام إذا كانوا يعرفون أحداً من فريقكم أو سبق لهم العمل معه أو معها.

ما أهمية التدريب العملي، أو التطوع في مؤسسة إعلامية؟

البدء من الصفر في ألمانيا بعد سنوات من الخبرة والعمل في منصب مسؤول ليس أمراً سهلاً. ومع ذلك، يستحق الأمر القيام بتدريب عملي «Praktikum»، إذ يمكن من خلاله التعرف على المؤسسات الإعلامية وسير العمل من الداخل - وربما الأهم من ذلك: ترك أثر وبناء علاقات مع المحررين والمحررات. من المهم أن تتحدثوا مسبقاً وأثناء فترة التدريب عن توقعاتكم من التدريب.

في ألمانيا، من غير الملزم امتلاك تعليم محدد للعمل في الصحافة والإعلام. لكن التجارب تُظهر أن إكمال برنامج تدريبي في إحدى وسائل الإعلام، أو حضور دورات صحفية له فوائد كثيرة. حتى إذا لم تتعلموا شيئاً جديداً، فإن إكمال هذا النوع من التدريب يستحق العناء لأنكم ستحصلون خلال هذه الفترة على فرصة لبناء شبكات مهنية وتجريب أنفسكم وإظهار قدراتكم. التحدي الذي قد يواجهه البعض هو أن هذه التدريبات غالباً ما تكون غير مدفوعة

أو تعويضاتها ضئيلة. ولكن هناك منح دراسية يمكن التقدم للحصول عليها. ومع ذلك، يمكن أن تكون عمليات انتقاء الطلبات لهذه البرامج تحدياً في بعض الأحيان. نوصي هنا بالتواصل مع الأشخاص الذين أكملوا برامج تدريب مشابهة من قبل، والاستعلام عن نصائح حول كيفية التحضير وما يجب الانتباه إليه. وهنا تؤتي شبكة العلاقات ثمارها.

ما هي الأجور المناسبة، وكيف يمكن التفاوض بأفضل طريقة؟

لا يوجد حد أدنى للأجور للعمل الصحفي في ألمانيا، ونظراً لأن الصحفيات والصحفيين المستقلين يتقاضون الأجر لكل مهمة على حدة. يكون من الصعب عليهم أن يستندوا بشكل جيد إلى اتفاقيات الأجور المعمول بها للصحفيين والصحفيات الموظفين.
في العمل الصحفي المستقل يعتمد البدل على عدد الأسطر أو الصفحات. وهذا يعني أن الصحفيات والصحفيين المستقلين يحصلون على مبلغ ثابت لكل سطر أو صفحة. ومع ذلك، قد لا يكون هذا عادلاً دائماً، حيث تتطلب بعض المقالات جهداً أكبر من غيرها. عادةً ما يكون الأمر أكثر عدلاً عندما تدفع وسائل الإعلام استناداً إلى أجور يومية أو ساعية. وبهذه الطريقة، يتم دفع الوقت الفعلي المطلوب للعمل. ما يمكن طلبه كأجر هو أمر صعب التحديد. ووفقاً لتقرير الأجور من (Freischreiber)، يبلغ دخل صحفية أو صحفي متوسط الخبرة (بين خمس وعشر سنوات) بعقد دائم إجمالاً نحو ٣٥٣٨ يورو شهرياً. لحساب متوسط الأجر اليومي، يضاف إلى ذلك ٣٠٠ يورو للمصاريف التشغيلية ويتم توزيع هذه الأموال على أيام العمل الحر. بعد استبعاد العطلات وعطل نهاية الأسبوع وأيام العطل والمرض، يتبقى حوالي ٢١٤ يوم عمل في السنة. بعد استبعاد ٢٠ في المئة إضافية لأن العمل الحر يتضمن القيام بالأبحاث واقتراح مواضيع وإدارة الحسابات والتواصل مع العملاء، يتبقى حوالي ١٧١,٢ يوم عمل في السنة، أو ١٤,٢٧ يوم عمل في الشهر. وبناءً على ذلك، سيكون متوسط الأجر اليومي حوالي ٢٦٨,٩٦ يورو (٣٣,٦٢ يورو للساعة).

تختلف الأجور الفعلية المدفوعة في ألمانيا حسب صاحب العمل ونوع النشر ونطاق الوصول أو مجال الموضوع بشكل كبير: وفقاً لأداة تقرير الأجور من (Freischreiber)، تبلغ المتوسطات لأجور الساعة في الـ (taz) حوالي ١٤,٦٣ يورو، وفي (Tagesspiegel) حوالي ١٥,١٨ يورو، وفي (Zeit Online) حوالي ١٨,٧٥ يورو، وفي (Spiegel Online) حوالي ٢٠,٥٦ يورو، وفي (NDR) حوالي ٢٧,١٨ يورو، وفي (Deutsche Welle) حوالي ٢٨,١٣ يورو، وفي (WDR) حوالي ٣٧,٥٠ يورو.
يمكنكم الاطلاع بأنفسكم على المعدل الوسطي الذي تدفعه وسائل الإعلام باستخدام أداة تقرير الأجور على الموقع التالي (www.wasjournalistenverdienen.de).

ما يجب مراعاته في عقود العمل

عندما يتم تكليفكم من قبل مؤسسة نشر للعمل على موضوع تتلقون منهم أيضاً عقد المحررين. وهذا العقد يحدد شروط التعاون بين الطرفين. تختلف مصالح مؤسسات النشر والمحررين في نقاط عديدة. هنا بعض النقاط التي ينبغي الانتباه إليها قبل توقيع عقد المحررين:

حق الاستخدام الحصري: إذا كان هناك نية لإعادة نشر أو استخدام المقالة أكثر من مرة، يجب منح الحقوق على أنها «غير حصرية» أو «بسيطة». في الحالات التي لا يمكن فيها إعادة استخدام العمل، يمكن التفكير في قبول حق الاستخدام الحصري «ausschließlich» أو «exklusiv». بالنسبة لنصوص المجلات، يعتبر منح حق الاستخدام الحصري لمدة سنة هو الساري.

قابلية النقل: تشتمل العديد من العقود في الوقت الحالي على بند ينص على أنه يجوز للناشر نقل حقوق الاستخدام إلى أطراف ثالثة. مما يضع الصحفي في منافسة مع نفسه ويفقده السيطرة على مواده. يمكن التعامل مع هذا البند عادةً من خلال طلب زيادة مناسبة في الرسوم مقابل إمكانيات الاستخدام الإضافية (ربما كنسبة من الإيرادات في حالة نقل إضافي) وكذلك التزام الناشر بالإبلاغ في حال نقل حقوق الاستخدام.
يجب دائماً استشارة المحرر أو المحررة على الأقل في كل حالة.

«بند الناشر»: سابقاً كانت تجري العادة أن تتضمن العقود منح حقوق الاستخدام لصالح أحد كيانات مؤسسة النشر. ومع ذلك، يحاول الناشرون في الوقت الحالي كثيراً توسيع الحقوق لتشمل جميع كيانات

المؤسسة، مما يكون عادةً ضاراً بالمحرر لأنه نادراً ما يتم رفع الأجر وتكييفه مع إمكانيات الاستخدام الموسعة. وخصوصاً في الصحف اليومية التي تملك عدة كيانات مستقلة (مثل Holtzbrinck)، فإن وجود مثل هذا البند يمنع المحرر بشكل عام بيع النص نفسه إلى صحيفتين أو ثلاثة.

كتابة الفاتورة

يتوجب على الصحفيين والصحفيات المستقلين في ألمانيا كتابة فاتورة للحصول على بدل مالي لقاء عملهم. ينظم قانون ضريبة القيمة المضافة (المادة ١٤ - إصدار الفواتير) المعلومات الواجب تضمينها في الفاتورة وتشمل:

١. اسمكم وعنوانكم.
٢. اسم وعنوان الجهة المتعاقدة.
٣. تاريخ الفاتورة.
٤. رقم الفاتورة (يجب أن يكون متسلسلاً ولا يجوز تكراره).
٥. وصف الخدمة (الكمية، النطاق، النوع، وإذا لزم الأمر، عدد الساعات أو أيام العمل)
٦. فترة الخدمة و/أو تاريخ التسليم.
٧. القيمة الصافية (المبلغ قبل خصم الضريبة).
٨. نسبة ضريبة القيمة المضافة (عادةً ٧ في المئة للصحفيين).
٩. مبلغ ضريبة القيمة المضافة.
١٠. المبلغ الإجمالي (المبلغ بعد إضافة الضريبة).
١١. الرقم الضريبي.

إذا كنتم مقيمين رسمياً في بلد آخر، فليس عليكم تقديم ضريبة القيمة المضافة في الفاتورة. بدلاً من ذلك، يجب أن يظهر التنويه التالي على الفاتورة: «Steuerschuldnerschaft des Leistungsempfängers» (مسؤولية

غالباً ما تكون هناك مساحة للتفاوض حول الأجور، إليكم بعض النصائح:

- **كونوا مستعدين جيداً. إذا كنتم تعرفون كم يدفع فريق التحرير عادةً كأجر، ستتمكنون من التفاوض بشكل أفضل.**
- **حددوا ثلاثة أسعار في عقولكم قبل أن تبدأوا التفاوض، حددوا لأنفسكم الأجر الذي ترغبون الحصول عليه، والأجر الأساسي (والذي يكون أعلى وتقدمونه في البداية لكي تصلوا في النهاية إلى الأجر المرغوب)، وأجر الاعتذار (ترفضون كل ما دونه).**
- **اختاروا الوقت المناسب. قوموا بالتفاوض عندما يتم قبول مقترحكم ويبدأ تكليفكم بالعمل.**
- **بادروا بالحديث، من الجيد أن تقدموا العرض الأول (الأجر الأساسي).**
- **احترموا أجر الاعتذار الخاص بكم. فقد وضعتم حداً أدنى عليكم الالتزام به.**
- **أنتم لا تعملون من أجل المجد والشهرة. الشهرة وتغطية حدث مهم دوافع مفهومة للعمل الصحفي. ولكن لا تجعلوا ذلك يدفعكم للقبول بأقل من الحد الأدنى الذي وضعتموه لأنفسكم.**
- **تحلوا بالتعاطف والاحترام. يمكن أن يكون التفاوض ودياً، ولا يجب أن يكون نزاعاً.**

الضرائب تقع على عاتق المستفيد من الخدمة). إذا كنتم من بلد في الاتحاد الأوروبي، فيجب أن يظهر أيضاً رقم تعريف ضريبة القيمة المضافة (USt-IdNr) الخاص بكم وكذلك رقم تعريف ضريبة القيمة المضافة الخاص بالجهة المانحة للطلب على الفاتورة. إذا كنتم مقيمين في دولة خارج الاتحاد الأوروبي، يجب أن يظهر رقمكم الضريبي على الفاتورة.

بالإضافة إلى هذه المعلومات، من المستحسن أيضاً تضمين النقاط التالية في الفاتورة:

١٢. رسالة قصيرة.

١٣. مهلة الدفع.

الأهم في سطور

المواعيد النهائية: لا يمكن تمديد المواعيد النهائية التي حددتها الهيئات الحكومية إلا نادراً. ولكن، لا تبدأ المهلة في اليوم الذي كتبت فيه الهيئة الرسالة، بل بتاريخ وصول الرسالة.
إذا لم يتم تحديد تاريخ محدد، فإن «أربعة أسابيع» تعني ٢٨ يوماً. و«شهر» يعني ٣٠ يوماً.

البطاقة الصحفية: تعد بطاقة الصحفي وثيقة تثبت أنكم تعملون كصحفيين بشكل أساسي وتُمنح من قبل الجمعيات الصحفية المختلفة (BDZV, DJV, dju, MVFP, Freelens, VDS)
وفقاً لقواعد موحدة. ولا ينبغي أن يكون هناك استثناءات. يمكن استخدام المواد المنشورة والفواتير الصادرة خلال الأشهر الماضية كدليل على نشاطكم الصحفي، بالإضافة إلى إثبات الانتماء إلى صندوق الضمان الاجتماعي للفنانين (KSK) . تساعد البطاقة الصحفية في الحصول على تصريح لتغطية الفعاليات، وعادة ما يكون ذلك ممكناً أيضاً بدونها، مثلاً إذا أكدت الجهة الإعلامية أنها قامت بتكليفكم بتغطية الفعالية. لكن البطاقة الصحفية قد تكون مفيدة في الوصول السريع إلى مناطق مغلقة من قبل الشرطة في حالات طارئة.

الضمان الاجتماعي / صندوق الضمان الاجتماعي للفنانين (KSK): يجب على الجميع أن يكونوا مؤمنين صحياً في ألمانيا، تعتمد اشتراكات التأمين على الدخل. يدفع صندوق الضمان الاجتماعي نصف اشتراكات التأمين للصحفيين والصحفيات المستقلين المقيمين في ألمانيا. الشرط لذلك هو أن يكون دخلكم من العمل الصحفي على الأقل ٣٩٠٠ يورو سنوياً. في بداية مهنتكم كصحفيين يمكن أن يكون هناك

استثناءات. ننصحكم بشدة السعي للحصول على هذا الاشتراك. ويمكن للجمعيات الصحفية أن تساعد في ذلك ويمكنها أن تقدم الاستشارات. عملية الانضمام إلى صندوق الضمان الاجتماعي قد تستغرق عدة أشهر. لكن يعتبر تاريخ تقديم طلب الانضمام هو تاريخ الاشتراك الفعلي.
المزيد من المعلومات على موقع: www.kuenstlersozialkasse.de

المصاريف: إذا كنتم بحاجة للذهاب إلى مكان معين لأداء مهمة، فاسألوا مُشغل العمل (صاحب الطلب) إذا كان سيتحمل تلك المصاريف. لكن ليس لديكم حق مطلق في ذلك. إذا لم يتم تحمل تلك المصاريف، يمكنكم خصم هذه النفقات من دخلكم في إقرار الضرائب، وبالتالي ستدفعون ضرائب أقل. في كل الأحوال، يجب عليكم الاحتفاظ بجميع الفواتير وإيصالات الدفع.

الضرائب: إذا كان دخلكم (ليس الربح) أقل من ٢٢,٠٠٠ يورو في السنة، فليس عليكم تقديم ضريبة القيمة المضافة وفقاً لقاعدة (Kleinunternehmerregelung).
إذا تخطيتم هذا الحد، فلن تتمكنوا من الاستفادة من هذه القاعدة في السنة التالية. ومع ذلك، يمكن للصحفيين المستقلين الاستفادة من تخفيض ضريبة القيمة المضافة بنسبة ٧٪ (أي ضريبة أقل مقارنةً بالنسبة المعتادة ١٩٪) على الفاتورة، ولكن يتعين عليهم دفع ٢,٢٪ فقط لمكتب الضرائب. يجدر بالذكر أنه من الضروري تقديم إقرار الضرائب للعام السابق بحلول ٣١ يوليو/ تموز. في حال تجاوز الموعد النهائي، يمكن أن تفرض غرامة بقيمة ٢٥ يورو على الأقل في الشهر.
لمزيد من المعلومات حول موضوع إقرار الضرائب، يمكنكم الاطلاع على موقع Handbook Germany.

المساواة

ما الذي يجب الانتباه إليه؟

أنتم تحبون وظيفتكم ومواضيعكم مهمة بالنسبة لكم. ولكن على الرغم من ذلك، يجب أن تكونوا قادرين على كسب لقمة عيشكم منها. وبالتالي، يجب أن تقوموا أولاً بحساب ما تحتاجون لكسبه في اليوم لحياة كريمة.

يحدث كثيراً أن تطلب منكم وسائل الإعلام إجراء مقابلات، خاصة إذا كنتم قادمين من بلد يتم ذكره كثيراً في الأخبار. أكدوا أنكم ترغبون في الحصول على مقابل مالي لقاء ذلك. على سبيل المثال، يمكنكم طلب تعويض مالي للبحث. لا توزعوا خبرتكم مجاناً!

عندما تحصلون على مهمة عمل، تأكدوا من توثيق الاتفاقيات الهامة مثل الأجر، المصاريف مدة العمل وموعد التسليم عبر البريد الإلكتروني. لأنه إذا حدث خلاف، يجب أن تكونوا قادرين على إثبات ما اتفقتم عليه. يمكنكم تقديم الفاتورة مباشرة بعد تسليم المساهمة. يجب أن تحددوا بالفعل موعداً للدفع في الفاتورة، والذي يمكنكم اختياره بحرية. عادة ما يكون أسبوعاً أو أسبوعين، وأحياناً ٣٠ يوماً.
إذا كنتم تتعاملون مع الجهات الحكومية، فتحققوا من القرارات، لأن الجهات الحكومية أيضاً ترتكب الأخطاء. وحاولوا أن تعتمدوا الكلام المكتوب لا الشفهي. وإن لم تكونوا راضين عن قرار معين، يمكنكم تقديم اعتراض خطي. ليس هناك قواعد محددة لذلك، ويكفي خطاب بسيط مع بعض الجمل. ولكن: ليست جميع الجهات الحكومية تقبل الطلبات والاعتراضات عبر البريد الإلكتروني.

ماذا لو تعرضنا للعنصرية في غرف التحرير؟

يتعرض العديد من الصحفيين والصحفيات من خلفيات مهاجرة لتجارب عنصرية وتمييزية في أماكن العمل. يتم أحياناً التشكيك في موضوعيتهم الصحفية بسبب أصولهم (الحقيقية أو المفترضة) ويتعين عليهم سماع أنهم حصلوا على وظائفهم لمجرد كونهم مهاجرين بسبب ما يُعرف بـ „النسبة المئوية للمهاجرين". وقد يصبحون هدفاً للتعليقات الساخرة والنكات بسبب لون بشرتهم، أو اسمهم، أو اللكنة - دون أن يتدخل أحد من زملائهم أو زميلاتهم لوضع حدّ.

ومع ذلك، لا ترى كثير من غرف التحرير مشكلة في هذا الموضوع: „ تمييز عنصري؟ لا ليس لدينا." لا يعني ذلك أن المؤسسات الصحفية ومحطات البث خالية وآمنة من التمييز والتفرقة. بالنسبة لأولئك الذين يتعرضون للتمييز، فإنه من المهم معرفة حقوقهم بشكل كامل. وبالنسبة لأصحاب العمل، من الضروري أن يكونوا على دراية بواجباتهم. فقط من خلال ذلك يمكن تأمين حماية ضد العنصرية والتمييز.

لا يوجد نهج مطلق للتعامل مع التمييز، ولا توجد طريقة مثلى للدفاع عن النفس. ولذلك يجب ألّا يتوقف الحديث عن المشكلة. يشعر العديد من المتضررين والمتضررات من التمييز بالعار والذنب، مما يجعلهم في النهاية يلجؤون للصمت. والبعض يتردد بسبب الخوف من فقدان العمل أو الفرص في المستقبل، وهذا خوف مبرر بالتأكيد. لذلك، الخطوات

المذكورة أدناه ليست إلزامية بأي شكل. ولكنها محاولة لعرض الخيارات والإمكانيات المتاحة للتعامل مع مواقف العنصرية والتمييز.

١. هل تعرضتم للتمييز؟

يبدو السؤال في النظرة الأولى بسيطاً. لكن «رابطة مكافحة التمييز في ألمانيا» حددت إجابة واضحة عن هذا السؤال.

يحصل التمييز عندما:

- يتعرض له الشخص بشكل غير مباشر أو مباشر.
- بناءً على سمة شخصية تستحق الحماية (الأصل، الجنس، الدين، العمر، الهوية الجنسية، الإعاقة) دون أي تبرير موضوعي.
- بغض النظر عما إذا كانت السمة المعنية حقيقية أم مفترضة فقط.

لذلك، عند منع أحد على سبيل المثال من قراءة مقالاته أو مقالاتها الإذاعية بسبب لهجته أو لهجتها الروسية، بينما يُسمح للزملاء والزميلات ذوي اللهجة الإنجليزية أو الفرنسية بالتحدث فإننا نتحدث عن التمييز العنصري. إذا كان الصحفي أو الصحفية من ذوي البشرة السوداء مضطرين لشراء مستحضرات التجميل بأنفسهم، في حين يحصل الزملاء والزميلات البيض على مستحضرات التجميل من القناة، فإننا نتحدث عن التمييز العنصري. من يُقال له أنه كشخص لديه تاريخ هجرة لا يمكنه أو يمكنها التحدث بشكل موضوعي عن موضوعات الهجرة، لأنه سيكون منحازاً، فإنه يتعرض للتمييز.

استشفاف التمييز:
ليس من السهل دائماً التعرف على حالات التمييز في الحياة المهنية وتسميتها كذلك: لأننا لا يمكننا أن نجزم فيما إذا كانت الأمور لا تزال ضمن النطاق أم تجاوزت الحدود. وهذا لأن الزميلات والزملاء ينكرون بشدة أن هناك تمييزاً، أو لأن الشخص لا يرغب بشكل واعٍ أو غير واعٍ بوجوده في دور الشخص المتعرض للتمييز. ومع ذلك، من تتم معاملته بطريقة أسوأ من الآخرين بدون تبرير موضوعي ومن يتم التقليل من شأنه بسبب تاريخ هجرته الفعلي أو المزعوم، فمن المرجح أنه يتعرض للتمييز - وينبغي عليه التصرف.

٢. ما العمل عند التعرض للعنصرية؟

تنصح رابطة مكافحة التمييز في ألمانيا باتباع الخطوات التالية:

خلال الموقف

عتنوا بأنفسكم: قد يكون التمييز مؤلماً ويمكن أن يجعلكم تشعرون بالإهانة. في مثل هذه الحالة، ليس عليكم أن تثبتوا أي شيء لأي شخص. ليس عليكم أن تكونوا سريعي البديهية وتجيبوا بأفضل طريقة أو أن تردوا «بشكل صحيح» على الفور. ولكن لا يجب أن تقبلوا التمييز. من المهم أن تحاولوا معرفة ما قد يجعلكم تشعرون بالتحسن في هذه الحالة - وبعد ذلك اتبعوا قلبكم. ترك الموقف أمر مقبول كما أن وضع حد ومناقشة الموضوع كذلك أمر مقبول. بالإضافة إلى ذلك، يجب عليكم تقدير أنفسكم، فمجرد قدرتكم على كشف التمييز وتسميته باسمه هو بحد ذاته إنجاز.

حافظوا على الهدوء: تنفسوا بعمق ولا تدعوا أنفسكم تُشعرون بالارتباك. يجب أن تحاولوا البقاء هادئين وتوضيح موقفكم. كما يجب أن تسألوا عن أسباب السلوك أو

القرار وتعلنوا بوضوح أنكم غير موافقين على ذلك و(إذا كان ذلك ممكناً) توضحون الأسباب وراء ذلك.

ابحثوا عن داعمين وداعمات: يمكن أن يكونوا زميلات أو زملاء، سواء كانوا في الموقف أو لا، والذين يمكنكم مخاطبتهم وإشراكهم - سواء كدعم عاطفي أو شهود لاحقين.

قوموا بتوثيق الأدلة: يجب عليكم أن تحصلوا على سبب القرار أو الفعل بشكل خطي ليكون دليلاً. يجب أيضاً أن تسجلوا أسماء المشاركين أو الشهود للحالة. على سبيل المثال، إذا تم تجاهلكم كصحفيين من أقليات عرقية بعد إتمامكم التدريب وتم رفض توظيفكم، على الرغم من أن جميع محادثات التقييم كانت إيجابية وتم بث جميع المشاركات التي أنتجتموها، يجب عليكم توثيق ذلك بشكل كتابي.

بعد انتهاء الموقف:

احتفظوا بتوثيق التعرض للتمييز: من المهم أن توثقوا التعرض للتمييز بأسرع وقت ممكن من خلال إعداد مذكرة تفصيلية.

ابحثوا عن الدعم في دائرتكم الاجتماعية: من المفيد أيضاً التحدث مع الأشخاص في دائرتكم الاجتماعية الذين لديهم فهم لتجارب التمييز. يمكن أن تكون هذه الدوائر: الأصدقاء، الأقارب، الزميلات والزملاء أو الشبكات مثل صنّاع الإعلام الألمان الجدد (NdM).

ابحثوا عن الدعم الاحترافي: توجد في الشركات الإعلامية الكبيرة منصب المسؤولة أو المسؤول عن المساواة. بالإضافة إلى ذلك، قد تكون زيارة المراكز الاستشارية لمكافحة التمييز مفيداً للغاية. هناك يمكنكم التواصل مع مستشارين ومستشارات يساعدونكم في فهم ما تعرضتم له أو معالجته. بالإضافة إلى ذلك، يمكن لهؤلاء مساعدتكم في اتخاذ القرار حول الخطوات التالية التي قد تكون منطقية. إذا كنتم ترغبون في تقديم مطالب قانونية، يجب أن تبحثوا عن استشارة احترافية على الفور، حيث إن الحق برفع هذه الدعاوى يمكن أن يسقط بعد شهرين من معرفة التمييز. على هذا الرابط يمكنكم أن تجدوا بعض العناوين التي يمكنكم التواصل معها https://bit.ly/3kcdtTP

يمكن العثور على مزيد من المعلومات (بالألمانية) على هذا الرابط: https://neuemedienmacher.de/diskriminierung/

كيف يمكن التعامل مع التهديد والكراهية؟

حتى في ألمانيا، يتعرض الصحفيات والصحفيون للعنف الجسدي والنفسي أثناء العمل.
قد يكون ذلك بسبب المواضيع التي يتناولونها، أو ببساطة بسبب مظهرهم أو أسمائهم. إذا كنتم تعملون كصحفيات وصحفيين مستقلين وتعملون على مواضيع حساسة أو تتوقعون تفاعلات عنيفة على تقاريركم، من الجيد التواصل مسبقاً مع فريق التحرير لتحديد الخطوات التي يجب اتخاذها وتحديد المسؤولية في حالة حصول تهديد:

من المسؤول أو المسؤولة في فريق التحرير التي يمكنكم اللجوء إليهم إذا تلقيتم رسائل كراهية عبر البريد الإلكتروني أو وسائل التواصل الاجتماعي؟

من سيدير التفاعلات والردود على وسائل التواصل الاجتماعي على منشوراتكم؟

هل سيقدم الفريق دعماً قانونياً في حالة التهديدات؟

هل هناك إمكانية للدعم النفسي؟ من سيتحمل التكاليف المحتملة في حالة الحاجة إلى إجراءات دعم للصحفيين المتضررين بعد التهديدات والهجمات؟

ميثاق الحماية: بالتعاون مع شركاء آخرين، قامت شبكة «صناع الإعلام الألمان الجدد» (NdM) بوضع ميثاق حماية للصحفيين (باللغة الألمانية): https://schutzkodex.de.
يتضمن الميثاق معايير وإجراءات حماية محددة لدعم الصحفيين. التزمت العديد من مؤسسات النشر ووسائل الإعلام الألمانية بهذا الميثاق بالفعل. إذا لم يكن فريق التحرير التي تعملون معه جزءاً من ذلك، فلا تترددوا في تحويل الرابط لهم ليستفيدوا من المعلومات.

حقيبة الطوارئ للصحفيين والصحفيات في حالات التهديد
في العصر الرقمي يمكن كتابة التهديدات بسرعة وإرسالها بكبسة زر. انتشار تعليقات الكراهية على الإنترنت مشكلة كبيرة ويمكن أن تتطور بسرعة لتصبح خطيرة. ولهذا السبب بالتحديد، من المهم أن نستطيع التفريق بين التهديدات الجادة وتلك الفارغة. بمعنى آخر أي رسالة يجب أن نأخذها على محمل الجد، وأي رسالة يمكننا تجاهلها بدون تردد.

١.١ تقييم الوضع وفهم الخطورة

ما هي التهديدات الجادة وما هي التهديدات الفارغة؟
لا يوجد قاعدة محددة لذلك، ولكن هناك بعض الإشارات والأسئلة العامة.
هل تم نشر التهديد من حساب يقوم بإرسال تهديدات علنية للحسابات؟ أم أنه تم إرسال التهديد بواسطة برنامج حاسوبي بشكل تلقائي؟ هل تم توجيه التهديد بشكل شخصي من خلال البريد الإلكتروني؟ أم تم إرساله عشوائياً لعدة حسابات؟ هل يحتوي التهديد على تهديدات مثل «سنأتي إليك» ويتضمن معلومات شخصية وليست عامة؟ هل تم ذكر اسم الصحفي أو الصحفية المستهدفين؟ هل تم ذكر معلومات حساسة، مثل حالة العلاقة الخاصة أو أسماء الأطفال؟ هل يعلم الشخص الذي يقوم بالتهديد من وجودك في أماكن محددة وفي أوقات معينة، على سبيل المثال؟

في حالة الشك والإحساس بعدم الطمأنينة يجب أخذ التهديد على محمل الجد. من المفيد النظر بشكل أكثر تأنٍ في اللغة المستخدمة في رسالة التهديد، هل تم الاشارة الى تقرير معين، أو استخدام البيانات الخاصة غير المتاحة للجمهور.

من المفيد الحديث مع أحد تثقون به في البيئة المحيطة للمساعدة في توضيح الأمور. لفهم التهديد، يجب تحليله بشكل مشترك لمعرفة ما يشير إليه بشكل محدد. يجب النظر في تحديد الدافع السياسي المحتمل. هل يتعلق الأمر باليمين المتطرف؟ أو التطرف الديني؟ أم أن المرسل أو المرسلة من أعوان الأنظمة الاستبدادية؟ هل يتم تعقبك؟ هل يتم استخدام لغة يمينية متطرفة وعنصرية في التهديد؟ هل يتعلق بمقال أو تقرير محدد؟ كل هذه الأفكار والملاحظات يمكن أن تساعد في وقت لاحق في التوضيح.
يجب أيضاً (إذا كان ذلك ممكنا) إبلاغ أفراد الأسرة المقيمين في ذات البيت أو شركاء السكن عن الوضع. وذلك لأن التهديد يشمل الأشخاص الذين يعيشون في نفس الشقة ويجعلهم عرضة للخطر.

٢.١ التواصل واللجوء إلى العلن

عادةً ما يُنصح بعدم نشر التهديدات علناً. إذا وصلت رسالة بريد إلكتروني تحتوي على تهديد ما إلى صندوق البريد الخاص، فإن الأمور تسير عادةً كما يلي: يتم بسرعة التقاط لقطة شاشة من الرسالة ونشرها على الحسابات الشخصية في وسائل التواصل الاجتماعي. تأتي التعليقات و الإعجابات من الصديقات والأصدقاء، ويقوم آخرون بمشاركة المعلومة. في بعض الأحيان، يتصل الصحفيون والصحفيات أيضاً بالأشخاص المعنيين بالتهديدات للحصول على تعليقات حول هذه التهديدات. ومع ذلك، قد يحمل هذا الأمر تأكيداً للمهددين على فعلهم وربما يشجع ويلهم أشخاصاً آخرين على الاحتذاء بهم. إذ حدث في الماضي أن هذه التصرفات ألهمت جناة مقلدين لإعادة إرسال هذه التهديدات. مما بدوره يجعل التحقيقات في مواجهة التهديد الأصلي أكثر تعقيداً.

هناك جانب آخر يجب أن نأخذه في الاعتبار قبل إشراك الجمهور. عندما يتم نشر رسائل تهديد أو اللجوء للعلن، يُظهر ذلك بوضوح الضعف الشخصي وأن الموقف ترك أثراً بشكل كبير مما يعطي إشارة أن التهديد ناجع. لذا، يُنصح بعدم اللجوء مباشرةً إلى العلن. بدلاً من ذلك، من الأفضل أن يتواصل مع أشخاص آخرين، يمكن أن يكونوا أصحاب العمل أو النقابات، أو المؤسسات والجمعيات التي تدعم الصحفيين والإعلاميين. كما يمكن اللجوء إلى الأشخاص الموثوق بهم مثل الأصدقاء والعائلة والزميلات والزملاء، دون إثارة الجمهور بدون داعٍ مما قد يُعزز موقف المهاجم.
كما أن النقاش مع مجموعة من الأشخاص الموثوق بهم يساعد في فهم الموقف بشكل أوسع وإمكانية اتخاذ تدابير أمان إضافية.

الخلاصة: اللجوء للعلن ينبغي أن يكون الوسيلة الأخيرة التي يجب أن نحتفظ بها، إلى حين تجربة كافة الإجراءات الأخرى.

للمزيد من المعلومات (باللغة الألمانية)، يمكنكم إلقاء نظرة على مجموعة الطوارئ للصحفيات والصحفيين في حالات التهديد.

مكتب الدعم ضد الكراهية

في مكتب الدعم ضد الكراهية (باللغة الألمانية) نعمل على توفير نصائح وأدوات للأفراد والمؤسسات الإعلامية للتعامل مع خطابات الكراهية عبر الإنترنت. يشمل ذلك اتخاذ تدابير وقائية ضد خطاب الكراهية، وتقديم المساعدة السريعة في حالات الطوارئ.

تبادل الأفكار بين الصحفيين والصحفيات

تنظم شبكة «صناع الإعلام الألمان الجدد» (NdM) اجتماعات منتظمة للمتأثرين بخطابات الكراهية حيث يمكنهم التحاور في بيئة محمية حول موضوع التعرض للعنف وخطاب الكراهية وتقديم المساعدة المتبادلة. يمكنكم الانضمام إلى أحد هذه الاجتماعات في حال الرغبة، من خلال التواصل عبر البريد الإلكتروني info@no-hate-speech.de.

الدعم النفسي للصحفيات والصحفيين

أعد Netzwerk g Selbstlaut Kollektiv و Recherche Dart Centre Europe قائمة بالخدمات الدعم النفسي المتاحة:

https://docs.google.com/document/d/lEqxHZOCSrnQQrOEbxVwpydyKVxRSItEPgvgsTKvBP3Vg/edit

الجزء الرابع:

روابط مفيدة

النقابات والجمعيات

الاتحاد الألماني للصحفيين (DJV): نقابة مهنية للصحفيات والصحفيين. الموقع الإلكتروني:
www.djv.de

الاتحاد الألماني للصحفيات والصحفيين (dju): هو جماعة مهنية داخل مجموعة الإعلام في النقابة المتحدة للخدمات (ver.di). الموقع الإلكتروني:
www.dju.verdi.de

الاتحاد الألماني للصحفيين المتخصصين: www.dfjv.de
Freischreiber e.V.- النقابة المهنية للصحفيات والصحفيين المستقلين. الموقع الإلكتروني:
www.freischreiber.de

المنظمات الإعلامية الأخرى

مركز دارت للصحافة والصدمات: هو مشروع تابع لكلية الصحافة في جامعة كولومبيا بالولايات المتحدة الأمريكية، ويتضمن فروعاً وشبكات حول العالم بما في ذلك ألمانيا. يهدف إلى تعزيز التغطية الحساسة والمتخصصة للعنف والمأساة والصراعات في وسائل الإعلام. الموقع الإلكتروني: https://dartcenter.org/europe

المركز الأوروبي لحرية الصحافة ووسائل الإعلام: هو منظمة غير حكومية تقدم استشارات وتدريب مهني للصحفيين المنفيين الذين غادروا بلدهم بسبب القمع أو الملاحقة. الموقع الإلكتروني: www.ecpmf.eu/support-in-exile

جمعية شبكة البحث: جمعية صحفيين تمثل مصالح الصحفيين الاستقصائيين، خاصة أولئك الذين يتعرضون لانتقادات عنيفة أو تعرقل أنشطتهم البحثية. الموقع الإلكتروني:
www.netzwerkrecherche.de

صناع الإعلام الألمان الجدد (NdM): جمعية تعمل من أجل تعزيز التنوع في الصحافة. نحن نعمل من أجل مصالح الصحفيات والصحفيين من أصول متنوعة ومن صناع الإعلام الذين لديهم أصول مهاجرة. يمكن للجميع أن يصبحوا أعضاءً في NdM طالما كانوا يشاركوننا أهدافنا، سواء كانوا زملاء مع أو بدون أصول مهاجرة. الموقع الإلكتروني: www.neuemedienmacher.de

Handbook Germany هو مشروع من NdM. يقدم فريق التحرير متعدد اللغات المكون من الصحفيات والصحفيين ذوي الأصول المهاجرة معلومات عن الحياة في ألمانيا بتسع لغات (العربية، الإنجليزية، الألمانية، الفارسية، الفرنسية، البشتو، الروسية، التركية والأوكرانية)، في أكثر من ١٠٠ مقال وفيديو بالإضافة إلى المنشورات اليومية على Facebook، يتم تغطية جميع مراحل الاندماج والحياة من اللجوء إلى التدريب المهني، العمل، رعاية الأطفال السكن وحتى التأشيرات. الموقع الإلكتروني: https://www.handbookgermany.de/fa

n-ost وهي شبكة أوربية للصحفيات والصحفيين تشق طرقاً جديدة في الصحافة الخارجية.
كمنظمة إعلامية غير حكومية، تعمل على تقوية الصحافة الخارجية من خلال تمكين الأبحاث العابرة للحدود، وتأهيل الصحفيات والصحفيين وكسب الأفراد المبدعات والمبدعين في الإعلام من خلفيات مختلفة في حوار حول أنفسهم والعالم. الموقع الإلكتروني: www.n-ost.or

مراسلون بدون حدود (RSF). هي منظمة دولية غير حكومية تعمل من أجل حرية الإعلام. متاحة للصحفيات والصحفيين الذين يحتاجون إلى حماية ودعم: www.reporter-ohne-grenzen.de/hilfe. هنا يمكنكم العثور على مكتب المساعدة RSF: www.helpdesk.rsf.org

مدرسة الصحافة الحرة (fjs)، عبر الإنترنت، www.freie-journalistenschule.de

مدرسة هامبورغ للإعلام، هامبورغ، www.hamburgmediaschool.com

مدرسة الصحافة الكاثوليكية، ميونخ، www.journalistenschule-ifp.de

مدرسة الصحافة الكولونية للسياسة والاقتصاد، كولون، www.koelnerjournalistenschule.de

مدرسة الصحافة الوسطى الألمانية، ميتفايدا، www.mjs-mw.de

مدرسة Zeitenspiegel للتقارير، روتلينغن، www.reportageschule.de

مدارس الصحافة المرتبطة بدور النشر

أكاديمية باور للإعلام، هامبورغ، www.job-karriere.bauermedia.com/journalistenschule.html

مدرسة بوردا للصحافة، أوفنبورغ، www.burda-journalistenschule.de

المدرسة الإلكترونية للإعلام (ems)، بوتسدام-بابلسبرغ، www.ems-babelsberg.de Free Tech – أكاديمية أكسل سبرينجر للصحافة والتكنولوجيا، برلين، www.freetech.academy

مدرسة جورج فون هولتزبرينك للصحافة الاقتصادية، دوسلدورف، www.holtzbrinck-schule.de مدرسة هنري نانن، هامبورغ، www.henri-nannen-schule.de

مدرسة الصحافة RTL، كولون www.rtl-journalistenschule.de

جميع مؤسسات الإذاعة العامة تقدم أيضاً فرص التدريب الصحفي.
برامج التعليم المستمر أكاديمية الصحافة في هامبورغ، هامبورغ، www.akademie-fuer-publizistik.de

ARD.ZDF medienakademie، نورمبرغ / هانوفر، www.ard-zdf-medienakademie.de

أكاديمية المراسلين في برلين www.reporter-akademie-berlin.de

ProContent، إيسن، www.procontent.de

أكاديمية الصحافة البافارية، ميونخ، www.abp.de

الأكاديمية الإنجيلية للإعلام، هامبورغ، www.evangelische-medienakademie.de

أكاديمية الصحافة الألمانية، أونلاين www.deutschejournalistenakademie.de

Reporterfabrik، أونلاين www.reporterfabrik.org

datajournalism.com، أونلاين www.datajournalism.com

أكاديمية البي بي سي، أونلاين/www.bbc.co.uk/academy

هيئة التحرير

© ٢٠٢٢

الناشر:
Neue deutsche
Medienmacher*innen e.V.
Potsdamer Str. 99
10785 Berlin
Telefon: 030-269 472 30
info@neuemedienmacher.de

بالتعاون مع:

التحرير:
جوليان دور، ريبيكا روث، يان شفينكنبيكر، ناتالي زيهنالوفا

المؤلفون:

نيجين بهكام، دانيلو بيليك، فيرا بلوك، إيرينا تشيفتايفا، أوليفر إيبرهاردت، كاترينا ياكوب، أريزاو نايبي، إيلا شيندلر، سليمان تدمري

نتقدم بجزيل الشكر إلى:

تانيا فريسن، إيلين روثفوس، يوليا سبيلان، كسينيا تيليبوفا

التصميم:
renk.studio

التحرير والتصحيح:
رينات هينسل، نيجين بهكام، بشر الأسدي

الترجمة:
أندرو موسى
هبة القادري

تم إعداد هذا الكتيب كجزء من مشروع «تعزيز التنوع. بناء واظهار كفاءة التنوع في مجال الصحافة"

Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien

Die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration
Die Beauftragte der Bundesregierung für Antirassismus

تم إنشاء النسخة العربية من الكتيب في إطار مشروع «Stark für Vielfalt" لإنشاء هياكل مستدامة لتعزيز التنوع في الصحافة.

تم دعم المشروع من: