



من ثقافة الاستهلاك إلى ثقافة الإستدامة



מרכז
השל
לסיסטיות
מركز
هسل
للإستدامة

יזם נוצרים קיימות

فهرس المحتويات

3

خلفية

4

تعريفات

7

المجتمع والمحلية vs. الثقافة الاستهلاكية

8

سلة من الأدوات لتشجيع الثقافة المحلية

1. تنظيم بازار / حدث احتفالي محلي

2. تنظيم سوق مقايضة

3. إعداد عربة ألعاب مشتركة

4. إنشاء مكتبة صغيرة مشتركة

5. تنظيم مكتبة أدوات عمل

6. دورات شارع

7. عرض فيلم في الحي

8. مساء تناول حساء وعرض مبادرات في الحي

9. إبداع محلي

تمهيد

18

خلفية

المحلي والاقتصاد التعاوني كبدايل للثقافة الاستهلاكية. بكلمات أخرى - مجتمع ومحلية vs ثقافة استهلاكية.

سيوفر هذا الدليل مجموعة متنوعة من الأفكار للنشاط المحلي والاجتماعي وعلى مستوى الحي، بما في ذلك ربط لمزيد من المعلومات، وقصص ملهمة وأدوات أخرى. للتعلم وللحصول على خلفية في موضوع الثقافة الاستهلاكية، بإمكانكم قراءة المواد التالية:

أستيנגر، ليه. (2015). "زאת שאלת השאלות: כמה זה מספיק?". הד החינוך, גיליון אוגוסט 2015. رابط للمقال. بنشטיין, ג'רמי. ראוותנות ורעבתנות: תרבות הצריכה הישראלית והשלכותיה. כתב עת פנים: תרבות חברה וחינוך, גיליון 21, קיץ 2002. رابط للمقال.

إن الثقافة الاستهلاكية هي مصطلح نقدي لأنماط الاستهلاك الغربية. هذا الموضوع هو موضوع معقد عابر للتخصصات، ولديه مجموعة متنوعة من الجوانب البيئية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والنفسية وغيرها. عند العمل في هذا المجال ينبغي فحص تأثيراته على كيفية قياسنا للنجاح، على مساهمته في العلاقات والصورة الذاتية، وإضفاء الطابع الخارجي على تكاليف وتوزيع الموارد، وعلى إنتاج التلوث والنفايات وما إلى ذلك. لمراكز الاستدامة المحلية هناك إمكانيات كبيرة تسمح لها بالعمل على إنشاء بديل إيجابي. بدائل تساهم في تعزيز هويتنا المدنية على حساب هويتنا الاستهلاكية، كقاعدة عامة، إن طرح بديل أفضل وأكثر إيجابية يؤدي إلى تغيير أكبر من الإفراط بالانشغال بالجوانب السلبية لأنماط متجذرة بعمق وحساسة بكل تأكيد مثل تلك المتعلقة بثقافة الاستهلاك.

بالنجاح!

هناك مزايا عدة لتطوير ثقافة محلية غنية، فهي تمنح أعضاء المجتمع فرصة لقضاء جزء من وقتهم في المجتمع المحلي، وتساهم في تطوير صمود جماهيري وتفاعلات بشرية إيجابية في الفضاء المشترك، وقد تشجع على تعزيز صناعة إبداعية كرافعة للاقتصاد المحلي، وهي تضع التجربة قبل استهلاك المنتج، وتتيح طرق تعبير مختلفة، وهي أكثر مساواة لأنها متاحة أكثر وأقل تكلفة لمجموعات متنوعة من السكان.

عند التعامل مع موضوع معقد كهذا في الفضاء المحلي علينا اختيار مواضيع التركيز التي نريد العمل عليها. في هذه الكراسة الإرشادية اخترنا التركيز على الاستهلاك وثقافة الترفيه المحلية، والاقتصاد

تعريفات

فيما يلي بعض التعريفات الإضافية التي سنستخدمها خلال عملنا في هذا المجال:

الفضاء وفي المجتمع المحليين، ورفع مستوى الرفاهية بصورة منصفة للمجتمع المحلي بأكمله، والحفاظ على الثروة البيئية والاجتماعية وما إلى ذلك. جميعنا نعرف الشعار «نشترى أزرق-أبيض»، ومن السهل لنا فهم أن خيار شراء منتجات محلية الصنع تدعم الاقتصاد الإسرائيلي. ولكننا نجد صعوبة أكبر في فهم أن الشراء في شبكة متاجر كبيرة، يدعم صاحب رأس المال الغير محلي، ويضر بالمصالح التجارية الصغيرة والمحلية التابعة لأعضاء المجتمع. يأخذ مجال الاقتصاد المحلي المستدام نهج «فكر بصورة عالمية واعمل بصورة محلية» إلى الساحة الاقتصادية. إن شراء منتجات وخدمات من الجار أو في المركز التجاري الصغير داخل الحي يعزز الاقتصاد والمجتمع المحليين. عمليا، فإن معظم سكان الحي أو السلطة المحلية يعملون في مصالح تجارية صغيرة أو متوسطة، وهم القلب النابض للجهاز الاقتصادي المحلي، وفي دعم هؤلاء هناك قيمة اجتماعية واقتصادية وبيئية كبيرة.

• **كعكة طبقات المجتمع الصناعي** - هيكل أندرسون هي من ابتكرت مثل كعكة الطبقات عندما حاولت أن تفسر لابنتها كيف يعمل الاقتصاد. الجزء العلوي من الكعكة هو الجزء الذي يمكن قياسه بواسطة المال الذي يمر من خلاله - القطاع العام وعليه، كريبا الكعكة، القطاع الخاص. الطبقات الأساسية للكعكة، تلك التي من دونها لن تكون هناك كعكة، لا تُقاس بالمال عادة. هذه الطبقات التي وصفتها أندرسون بالطبيعة الأم واقتصاد الحب. عندما تكون لدينا علاقات جيدة يكون بإمكاننا في إطارها طلب المساعدة (جليسة أطفال، كوب سكر) لا ينتقل المال من يد إلى يد. عندما يقدم أحد المارة المساعدة لسيدة

• **«التجربة بدلا من المنتج»** - هذا هو مبدأ رئيسي، وهو نسخة لنموذج «الخدمة بدلا من المنتج»¹. ما يقوله هذا النموذج في الأساس هو أننا لسنا حقا بحاجة إلى منتجات، ولكننا نحتاج إلى الخدمات التي توفرها هذه المنتجات. على سبيل المثال، نحن لسنا بحاجة إلى غسالة أو آلة نسخ، ما نحتاج إليه هو الخدمات التي توفرها الغسالة أو آلة النسخ. أنا لست بحاجة لشراء الآلة من المزود، وإنما استئجار استخدام الآلة. بهذه الطريقة، سيكون من مصلحة المزود استخدام آلات تكون تكلفة صيانتها أقل ما يمكن وحياتها طويلة. وبهذه الطريقة نقوم بتوفير النفايات التي ننتجها في نموذج «استخدم وارم» أو استراتيجية «تعطيل متعمد» (obsolescence planned) والتي يستخدمها الكثير من المصنعين بهدف دفعنا إلى التخلص من المنتج بصورة أسرع والاستهلاك مجددا.

عندما يدور الحديث عن مبدأ «التجربة بدلا من المنتج» فنحن نقوم بالسير خطوة أخرى. بدلا من تلبية حاجة داخلية في شراء منتج، نعطي الأفضلية لتجربة إنسانية وشخصية واجتماعية. بدلا من قضاء الوقت الشائع في مراكز التسوق، الذي ينطوي على علاقة تجارية وغريبة مع الفضاء والناس الذين في داخله، نؤد خلق تجربة إنسانية غير تجارية.

• **اقتصاد محلي مستدام**² - وهي استراتيجية لتطوير اقتصادي محلي تسعى الأدوات المختلفة فيها إلى ترك ثروة في

تعريفات

التعاونية (انظر إلى التعريف في موقع أكو-ويكي). يوصى الاشتراك للحصول على مستجدات المجلة الإلكترونية التي تتناول طرقا مختلفة وأمثلة من كل العالم لاقتصاد تعاوني.

• **الثقافة الاستهلاكية** - بالإضافة إلى المزاعم ضد الشركات الكبرى بشأن الأضرار الاقتصادية والاجتماعية والبيئية والصحية، بدأت تظهر مقاومة لظاهرة ثقافية ظهرت في ظل استراتيجيات التسويق العنيفة التي تستخدمها هذه الشركات. "الثقافة الاستهلاكية" هي ظاهرة تحدث في المجتمعات الغربية (ومنها إسرائيل)، يعتبر فيها الأفراد المشتريات أو كما يُقال "الشوبينغ" كترفيه، كهدف لقضاء وقت الفراغ، وتنتشر فيها مراكز التسوق. تتسلل الإعلانات لحياتنا من كل ركن وهي موضع اهتمام كوسيلة إعلام بحد ذاتها. مثال متطرف على ذلك يمكن رؤيته على سبيل المثال في مقاطع فيديو موسيقية التي كانت في الأصل إعلانات لموسيقى ألفها فنانون، ومع الوقت تحولت إلى إعلان للمنتج نفسه.

انتقد الكثيرون هذه الظاهرة، بدعوى أن الأدوات والرموز التي تستخدمها «الثقافة الاستهلاكية» تمس بالمستهلكين بصورة خفية. تقوم الإعلانات بتشويه جهاز القيم لدى الفرد - وخاصة الأطفال، وتضع على رأسه السعي وراء المال والمادة، والسعي وراء مثالية الجمال الهوليوودي الذي لا يمكن الحصول عليه، والنظرة بأن الانسان يُقاس بحسب مظهره الخارجي وثروته وليس بحسب أفعاله وأفكاره. يرى الكثيرون في الثقافة الاستهلاكية أثرا جانبيا مباشرا لزيادة قوة الشركات التي تهدف إلى الربح والتسويق، ومن الاقتصاد الرأسمالي الغربي، الذي يعتبر أن

مسنة في اجتياز الشارع، هي لا تقوم بدفع المال له. عندما نتنفس الصعداء، أو نتمتع بمناظر الطبيعة، نحن لا نقوم بشراء منتج ما. لكل هذه الأمور قيم اقتصادية هامة جدا بالنسبة لنا ولكنها ليست بتجربة تجارية. وأكثر من ذلك - من دون هذه القيم لن نكون، كما ذكرنا سابقا، قادرين على التمتع بالطبقات العليا من الكعكة. اليوم يتواجد أساس الجهاز الاقتصادي الذي يتم قياسه، وبحسب ذلك يتم التسويق لمنتج، في الجزء العلوي من الكعكة، المكان الذي ينتقل فيه المال من يد إلى يد. عندما نعمل على وضع بدائل لثقافة الاستهلاك، تنتج الثروة الموجودة في الطبقتين الدنيتين فرص عديدة في الفضاء المحلي. وبعبارة أخرى - إن الهدف هو توسيع اقتصاد الحب قدر الإمكان.

• اقتصاد تعاوني (Sharing or Collaborative Economy)

- هي مجموعة من المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية التي تتيح وصولا مشتركا للمنتجات والخدمات والمواهب. تتواجد أنظمة الاقتصاد التعاوني بأشكال مختلفة، جزء منها يستغل تكنولوجيا المعلومات (خاصة شبكة الإنترنت) التي تمكّن من نشر ومشاركة وإعادة استخدام فائض قائم من الموارد والخدمات. هناك افتراض شائع في المجال وهو أنه عندما يكون هناك مشاركة للمعلومات حول المنتج، تزداد قيمة هذا المنتج بالنسبة للشركات والأفراد والمجتمع. الاستهلاك التعاوني (Collaborative Consumption) هو مجموعة من المؤسسات الاقتصادية التي يتشارك فيها أعضاؤها في الوصول إلى المنتجات والخدمات بدلا من استهلاكها بشكل حصري، يكون هذا النموذج ممكنا عادة بفضل دمج التكنولوجيا والمجتمعات

تعريفات

النمو ينبع من الإنتاج (ويشجع الاستهلاك بهدف الحفاظ على أهداف الطلب) ولا يرى في النمو البشري والاجتماعي والبيئي كمؤشر لاقتصاد ناجح. تشجع الثقافة الاستهلاكية على النمو من أجل النمو وتزيد بصورة كبيرة من بصمتنا البيئية من دون أن تكون هناك علاقة لمساهمة المنتجات في رفاهية الأفراد.



حدث محلي بيت شيمش



سوق للأغراض المستعملة مركز الاستدامة غيلو



فنون محلية مركز الاستدامة غيلو

المجتمع والمحلية VS. الثقافة الاستهلاكية

لقد مر المجتمع الإنساني في القرون الأخيرة بتغييرات ثورية. الثورة الصناعية والإنتاج الصناعي للأغذية الذي جلبته معها، يخلقان من جهة وفرة لم تعرفها البشرية من قبل، ومن جهة أخرى طريقة إنتاج جديدة تماما.

يعيش الانسان المعاصر في عالم من السلع التجارية، ويولي كل احتياجاته الجسدية من سوق سلع تجارية يتم انتاجها ليتم تداولها وبيعها. يكون الفرد منفصلا عن عملية الإنتاج، وينظر إلى نفسه كمستهلك.

في المقابل تكون عملية الإنتاج مقسمة إلى عوامل منفصلة، وهدفها هو بيع أكبر كمية ممكنة من البضائع. يدرك الفرد أنه لم يعد يشتري وفقا لاحتياجاته، ولإشباع جوعه وملابسه للحفاظ على حرارة جسمه ومنزل يحميه من الشتاء وهكذا دواليك. بدلا من ذلك يصبح جزءا من دورة الإنتاج التي تدفع طوال الوقت نحو إنتاج المزيد والمزيد من البضائع.

تضر هذه الدورة بالأفراد الذين هم جزء من عملية الإنتاج، سواء للأشخاص المستهلكين ومن يُعتبرون هدف هذه الدورة الذين يستهلكون أكثر من حاجتهم، وكذلك للبيئة الغير قادرة على تحمل تداعيات عملية الإنتاج التي تستهلك الموارد دون رقابة، وتنتج نفايات، من دون تحمل تكاليفها في سعر المنتج.

من أجل خلق بديل، نريد إنشاء طرق متنوعة لتلبية احتياجات الأفراد في المجتمع بصورة بديلة، الحديث لا يدور عن بديل للقراء، أو بديل مساومة. من أجل صنع تغيير جوهري في الثقافة الاستهلاكية، لا بد أن يتفوق البديل في جودته على النمط القائم. وبالفعل، في انتظارنا تحد كبير.

مشاريع مثيرة للاهتمام في البلاد

- **«الخروج من الصندوق»** - تم تأسيس جمعية «الخروج من الصندوق» في عام 2010 من قبل مجموعة من الشباب بهدف تعزيز مجال التصميم في إسرائيل واستخدام التصميم كأداة لتغيير اقتصادي واجتماعي وثقافي في المجتمع الإسرائيلي. تعمل الجمعية على إنشاء منصة للمصممين الشباب، وتوفير أدوات وفرص للإبداع والتعلم والعمل المشترك، وتسعى إلى إقامة فضاءات عمل تمكن المصممين الشباب من التجريب والمبادرة. كل هذا من خلال استخدام المعرفة والأدوات التي اكتسبوها من أجل تمريرها وتعزيز المجتمع الذي نعيش فيه من خلالها. تقوم الجمعية بتطوير برامج تعليمية تستخدم التصميم لتمكين المجتمعات الضعيفة، وتساعد بذلك في تقليص الفجوات في المجتمع. رابط لموقع الجمعية الإلكتروني

- **حركة ثقافية** - هي بمثابة إطار للشبان والشابات الفنانين الذين يعملون على تصميم صورة المجتمع الإسرائيلي مع التركيز على الأنشطة الثقافية والفنية والتربوية في صفوف أبناء الشبيبة والمجتمع في الضواحي. تعمل جمعية «حركة ثقافية» على إنشاء مجموعات فنانين-مربين يقيمون في الضواحي الجغرافية الاجتماعية لدولة إسرائيل، والذين يعتبرون المكان بيتا لهم ويشعرون بالتزام للفن والتربية والثقافة باعتبارها مركز مهمتهم ونشاطهم. رابط لموقع الجمعية الإلكتروني

1

تنظيم بازار أو حدث احتفالي محلي

تخيل أجواء احتفالية في ساحة في وسط الحي أو الحديقة. قام طلاب المدرسة المحلية بتزيين الساحة، وفي وسطها تم فرش حصائر والأطفال يجرون من حول الكبار. من حولها، أكشاك ملونة ومتنوعة وملبئة بالمفاجآت. من وراء كل كشك يجلس أحد الجيران صاحب الوجه المألوف الذي يقوم بعرض بضاعته. من بعيد، تتركز مجموعة من الأطفال من حول ساحر مع أصوات الضحك المسموعة عن بعد. لا تشعر بأجواء تجارية في هذه البيئة، والبضائع لم تأتي من الصين. يحدث كل هذا في الفضاء العام، الملك العام الذي يرتدي أجواء احتفالية، في المساحة المشتركة، التي لا يكون السكان فيها مجرد مشاركين وزوار يستهلكون نشاطا حضريا، وإنما هم أيضا جزء من طبيعة الحدث وتنظيمه.

كما ذكر أعلاه، في الحي، في كل حي، هناك مجموعة متنوعة من أصحاب المصالح التجارية الصغيرة. لذلك يتحول حدث محلي، يتم فيه إعداد أكشاك لأصحاب هذه المصالح التجارية لعرض بضائعهم، بسرعة كبيرة إلى حدث جماهيري ناجح جدا. في حدث كهذا، بإمكان سكان الحي الكشف عن هواياتهم وتحويلها ليوم واحد لمصلحة تجارية لبيع أعمالهم الفنية والأطعمة المنزلية وعلاج شياتسو وما إلى ذلك.

لإنجاح حدث كهذا، ينبغي أن يكون هذا الحدث قادرا على جذب سكان الحي. إن الحافز وراء إقامة كشك هو اقتصادي في المقام الأول، ولذلك يجب ضمان وجود حركة كافية من المشاركين. بالإمكان فعل ذلك من خلال دمج وتنويع الفعاليات في مجال الأنشطة للأطفال والكبار (مسرحيات وأنشطة وألعاب... ساحر وراقصون وفنانون محليون...)، سوق يد ثانية، نزهة، أفلام، محاضرات وما شابه ذلك. من المفضل تنظيم مثل هذا الحدث بالتعاون مع المدير الجماهيري/

المركز الجماهيري المحلي ومنظمات محلية أخرى. عدد أكبر من الشركاء في تنظيم الحدث = فرصة أكبر للنجاح. بما أن الحديث يدور عن حدث مع احتمال مشاركة واسعة، فإن لدى المدير الجماهيري أو المركز الجماهيري المعرفة والخبرة في العمل مع المسؤولين في البلدية والشرطة، بما في ذلك الحصول على التصاريح الملائمة. وفي حال وجود مجموعة ناشطين، فإن تنفيذ عملية تحديد أكشاك محتملة، والإعلان عن الحدث، وتنظيم الفضاء وإدارة الحدث تصبح أكثر سهولة والروح الجماهيرية تصبح أقوى.

مبادئ عمل أساسية

- **إشراك شركاء وسكان** - إن الحدث هو حدث من أجل الحي ومن أجل السكان وعلى صورتهم.
- **ضمان الحصول على التصاريح المناسبة** - الامتناع عن الاحتكاكات غير الضرورية مع السلطات ووضع معايير عالية للجودة والسلامة.
- **تنويع الأنشطة** - يجذب التنوع عددا أكبر من المشاركين ويخلق أجواء احتفالية.
- **منع تحويل الحدث إلى حدث تجاري** - التركيز يجب أن يكون على القيم والتواصل الاجتماعي وعلى اقتصاد الحب. يجب الامتناع عن ملء الفضاء بإعلانات ولافتات للرعاة.
- **خلق تقاليد** - يعمل نشاط من هذا النوع على أساس شهري على خلق مجتمع وتوسيع دائرة الناشطين وتنويع النشاط.
- **توثيق النجاح ومشاركته** - نشر أخبار الحدث في شبكات التواصل الاجتماعي قد يساعد على خلق هوية محلية مع النشاط وجذب مشاركين من أحياء مجاورة.

2

تنظيم سوق مقايضة

لأسواق المقايضة أسماء عدة - سوق «خذ وهات»، يد ثانية، مقايضة، سوق بشيكل وغير ذلك. بإمكان إدارة كل سوق من هذا النوع بطريقة مختلفة قليلا، ولكنه يعتمد هذا النوع من الأسواق في الأساس على المبدأ ذاته - استهلاك أكبر للمنتجات المستعملة وتوفير المال والنفائيات واستهلاك الموارد الجديدة. يمكن أن يكون للسوق فكرة مركزية (سوق أزياء تنكرية بمناسبة عيد المساخر، بذور استعدادا لفترات الزراعة، كتب بمناسبة افتتاح السنة الدراسية...) أو أن يكون عاما، يعرض فيه كل مشترك (بما في ذلك الأطفال!) الأغراض التي لا يحتاجها ويقوم بأخذ أو شراء أغراض مستعملة بمبلغ رمزي. يقوم الأطفال ببيع لعبة سئموا منها مقابل شيكل واحد وشراء لعبة أخرى أعجبتهم. ويقوم الأهل بتجديد ملابسهم أو استبدال كتاب.

نماذج لسوق المقايضة

- **سوق «خذ وهات» مجاني** - في هذا النوع من الأسواق بإمكان أفراد المجتمع جلب أغراض مستعملة (ليس شرطا للدخول) لطاولات مشتركة ويكون بإمكان جميع المشاركين أخذ الأشياء التي تعجبهم.
- **الدخول مقابل رسوم دخول** - بحسب هذا النموذج، يقوم كل شخص فوق سن معينة بدفع مبلغ تتراوح قيمته ما بين 10-20 شيكل لتغطية تكاليف الإنتاج. ولا يدفع المشاركون المال مقابل الأغراض المعروضة، ويجلب كل شخص معه أي شيء يريد.
- **سعر رمزي للقطعة** - يعطي السوق بشيكل، أو حتى 5 شيكل، حافزا إضافيا للأطفال للمشاركة في النشاط. إضافة تسعيرة بالشكل تساعد مجتمعات معينة على التغلب على حواجز

تمنعها من استهلاك منتج مستعمل أو مجاني (وخاصة في المجتمعات الضعيفة).

- **سعر رمزي بغرض تجنيد موارد** - مثل البند السابق، لكن الفرق هنا هو أنه يتم تخصيص الأرباح لهدف محدد مسبقا. تنظم المدارس أحيانا أنشطة من هذا النوع، حيث تقوم العائلات بإحضار أغراض مستعملة، ويقوم الأطفال ببيعها واستثمار الأموال في نشاط مدرسي أو للتبرع لجمعية معينة. أحيانا يتم مسبقا شراء قسائم يتم من خلالها شراء الأغراض المستعملة.

مبادئ نشاط أساسية

- **تمعن مجددا في مبادئ البند أ**
- **ملائمة نوع السوق** - في مجتمعات مختلفة، يتم ملائمة أنواع السوق المختلفة. يُنصح باستشارة الشركاء بشأن النموذج الأكثر ملائمة للمجتمع ذي الصلة.
- **تنويع الأنشطة** - كما ذكر أعلاه، يُستحسن أن يكون سوق المقايضة أحد عناصر الحدث.
- **إعداد خطة فائض** - بعد كل سوق مقايضة تبقى هناك مجموعة من الأغراض التي لم يأخذها أو يشتريها أحد. ينبغي الاستعداد مسبقا وتحضير قوى عمل ملائمة وحلول مناسبة للفوائض - تكريرها أو التبرع بها أو تخزينها حتى الحدث القادم.
- **خلق تقاليد** - تحويل هذه الأسواق لنوع من التقاليد قد يساعد في جذب جزء من الاستهلاك المنزلي إليها. فالعائلات التي تعرف أنه سيتم تنظيم سوق مقايضة بعد أسبوعين ستجنب القيام بمشتريات لا حاجة لها، وبذلك يكون بإمكانها توفير المال.

3

إعداد لعبة ألعاب مشتركة

مبادئ عمل أساسية

- **تشغيل اللعبة** - كما هو الحال مع مشاريع أخرى، فإن وجود مجموعة عائلات ومن بينها متطوعين لصيانة وتشغيل استخدام اللعبة هو شرط أساسي لنجاح المشروع لمدة طويلة. يمكن لهذه المجموعة أن تقوم بجمع الألعاب المناسبة للمجتمع (أو إعدادها)، والاهتمام بجلبها لموقع النشاط في ساعة/يوم محددة في الأسبوع وتوسيع دائرة المستفيدين.
- **مكان التخزين** - يجب الاهتمام بأن يكون هناك مكان تخزين مناسب للعبة، يكون قريباً بما فيه الكفاية منه الفضاء العام المناسب لنشاط من هذا النوع. هناك توتر بين الحفاظ على ممتلكات الغرض منها أن تكون متاحة للمستخدمين، وأن تكون في الوقت نفسه محفوظة بما يكفي لمنع اختفائها أو تعرضها للتخريب.
- **صيانة** - لا بد من وضع علامات على الألعاب بطريقة تظهر أنها جزء من لعبة الألعاب، وأن يكون هناك استعداد لاهتراء المعدات وتجديد الألعاب من وقت لآخر.

عربة الألعاب هي، كما يشير إليها اسمها، صندوق مفاجآت كبير على عجلات يحتوي على ألعاب مميزة، غير متوفرة في كل بيت. إن عربة الألعاب هي مورد مشترك يديره المجتمع بهدف خلق تفاعلات مجتمعية ممتعة، ودفع الأطفال إلى المشاركة في فضاء عام مشترك ومن دون تكاليف. بدلا من الذهاب مع العائلة لقضاء وقت في مركز تسوق أو في فضاء وتجربة تجاريين، كل ما يجب فعله هو تنسيق إخراج عربة الألعاب من المخزن وإخراج ألعاب ألواح كبيرة ولعبة بازل ضخمة وحبال قفز وصحون طائرة وعكايز وأشياء أخرى كثيرة منها، ليكون لدينا نشاط مجاني وقريب من البيت.



فعاليات وألعاب عائلية بيت شيمش

4

إنشاء مكتبة صغيرة

لصيانة المكتبة الصغيرة. في حال كان المشروع ناجحاً سيهتم المستخدمون بأنفسهم بصيانة وتنظيف المكتبة وإحضار مزيد من الكتب وبصفة عامة، الحفاظ على سلامة المكتبة (واستبدال الكتب فيها إذا تراكمت فيها كتب لن يكون أحد معني بقراءتها...). إذا بدأ المشروع بوتيرة بطيئة، فتأكد من أن يكون هناك من هو على استعداد لتحمل المسؤولية، وليس بالضرورة أن يكون بالغاً بالطبع.

- **أناقة وجمالية** - صندوق خشبي بال ومهمل لن يفي بالغرض. لا بد من أن تكون المكتبة الصغيرة جذابة ومصممة بصورة مبتكرة، لتروي قصة حتى قبل أن نفتح الباب لأخذ أو وضع كتاب. بالإضافة إلى ذلك، قد تساعد الجمالية في الحفاظ عليها من التخريب. ويجب أن تكون أيضاً قادرة على الصمود في ظروف الصيف والشتاء الإسرائيلييين. قد تساعد عملية الإنشاء بحد ذاتها في بناء مجموعة ملتزمة باستمرارية وصيانة المكتبة.
- **أهمية الموقع** - للموقع الذي يتم اختياره لإنشاء المكتبة تأثير على عدد الأشخاص الذين سيقفون أمامها، هل سيقومون بإلقاء نظرة فقط، أم أنهم سيتصفحون الكتب، وهل هي مريحة للتشغيل أم أنها مريحة للتخريب، وهل سيجلب الناس كتباً لوضعها فيها. مكتبة صغيرة + مقعد + ظل قد تحول ركناً مهجوراً في حديقة عامة إلى فضاء ذي طابع واستخدام مميزين.
- **افعل ولا تفعل** - نحن لسنا معتادين على استخدام تعاوني كهذا في الفضاء العام، ولذا يُفضل وضع لافتة ودية وملفتة للنظر بجوار المكتبة لإعطاء شرح صغير عن طريقة استخدام المكتبة. ستجد مثلاً للافتة كهذه في الصفحة التالية.

لا تزال الظاهرة التي تُسمى 'المكتبة الصغيرة المشتركة' (Little Free Library) في بداياتها. في أماكن قليلة بالإمكان العثور على رفوف كتب في محطات الحافلات. بلدية تل أبيب قامت بوضع مكتبات مجرورة في روتشيلد وفي شاطئ «متسيتسيم»، ووضعت منظمات أخرى خزانات كتب في أماكن مركزية في مكاتبتها. لكن في أوروبا وفي أمريكا الشمالية، هناك آلاف المكتبات الصغيرة المنتشرة في الشوارع بمبادرة أفراد ومجتمعات. جزء من هذه المكتبات «متخصصة» في كتب الأطفال وأخرى في الأدب القصصي. تساهم هذه المكتبات في محو الأمية، وفي جعل الكتب متاحة، وتقلل من النفايات وتضيف طابعاً خاصاً للفضاء العام ولتجربة المستخدم. تخلق مكتبه كهذه في مكان مظل بجانب مقعد استخداماً جديداً وخصوصاً للفضاء العام وتتيح فرصة للقاءات جماهيرية تلقائية.

في موقع Little Free Library ستجدون عدداً لا يحصى من الصور الملهمة، ومسح عالمي للمكتبات الصغيرة وأفكاراً أخرى لإنشاء مكتبة صغيرة عند مدخل روضة الأطفال أو المدرسة، ومكتبة صغيرة عند مدخل المبنى السكني أو المركز الجماهيري وغير ذلك.

مبادئ نشاط أساسية

- **طرق إبداعية** - قد ترغب في تصفح الموقع أعلاه أو في Pinterest للاطلاع على الإبداع الذي لا يعرف حدوداً للمؤسسي المكتبات الصغيرة.
- **بالغ مسؤول** - ينص هذا المبدأ على أن المشروع لا ينتهي بعد زوال الحماس في مرحلة البناء، يجب التفكير والتخطيط



إنشاء مكتبة صغيرة

مرحباً! هذه مكتبة صغيرة تعاونية. هي ملك لنا جميعاً ومن أجلنا جميعاً. أنتم مدعوون لأخذ كتاب وترك كتاب آخر مكانه. الرجاء الحرص على إغلاق باب المكتبة جيداً والحفاظ عليها نظيفة ومرتبّة.

إذا كان لديكم الكثير من الكتب غير المستخدمة،

يرجى الاتصال بـ

أو التبرع بالكتب لـ

شكراً!

5

تنظيم مكتبة أدوات عمل

الأرقام مذهلة. مثقب جيد تم تصميمه وتركيبه من أجل العمل لمئات الساعات في السنة، يعمل 8 دقائق بالإجمال وبالمعدل في السنة في المنازل. كل هذه المثاقب، التي يتراكم عليها الغبار، تشغل مساحة ومصنوعة من مواد غالية الثمن. لا يوجد هناك أي تناسب بين الاستثمار في الإنتاج وبين المنفعة في الاستخدام. في الواقع، نحن لسنا بحاجة حقيقية لمثقب. ما نحتاجه من وقت لآخر هو ثقب في الحائط. تخيل أنه بدلا من شراء هذا المثقب نفسه بثمان باهظ وتخزينه كل العام، أن يكون بإمكانك التوجه إلى مكتبة أدوات العمل المحلية، ودفع مبلغ رمزي مقابل الاستخدام ليوم واحد والحصول على أدوات عمل ذات جودة. تعمل في العالم المزيد والمزيد من هذه المكتبات (وخاصة في الولايات المتحدة) - انظر على سبيل المثال إلى مكتبة أدوات العمل في تورنتو، في كالغاري، في دنفر، ومكتبة عمل لأدوات المطبخ (في تورنتو أيضا). في إسرائيل، هناك مختبر الاستدامة الجماهيرية الذي يدير مكتبة أدوات.

نظرا لأن الحديث يدور عن استثمار كبير في نقطة البداية، فمن المستحسن الانضمام إلى مشروع قائم له علاقة بهذا الموضوع. ورشات عمل في المدارس، ومختبرات FabLubXLN في المدارس وما شابه، ومحلات محلية لمواد البناء أو كل هيئة قد تكون شريكة في إطلاق مكتبة من هذا النوع.

مبادئ عمل أساسية

- **دراسة الجدوى** - ليس من البديهي أن يكون لمثل هذا المشروع ما يكفي من المستخدمين ليكون مجديا من الناحية الاقتصادية، أو أن يغطي تكاليفه على الأقل. من المفضل بداية إجراء مسح للمستخدمين ومحاولة التحقق من عدد الأشخاص الذين سيكونون على استعداد لدفع المال مقابل استخدام أدوات العمل المختلفة ليوم واحد (مفك براغي، مثقب، مطرقة، منشار دائري، جيجسو وما شابه).
- **فريق تأسيس** - من المستحسن دخول مشروع كهذا فقط في حال وجود أفراد محليين يهتمهم هذا الموضوع. من دونهم سيكون من الصعب إطلاق المشروع، وإيجاد ميزانية للاستثمار الأولي وتأسيس مجموعة مستخدمين أولى وثابتة لبدء المشروع.
- **نظام تأجير أدوات عمل** - ينبغي التخطيط لنظام ملائم لتأجير الأدوات. في بيت شيمش، وفي كيبوتس تموز، هناك مجموعة «واتسأب»، يتم بواسطتها إطلاع المشتركين في المشروع على طلب استخدام الأدوات. يمكن القيام بذلك بواسطة مجموعة «فيسبوك»، أو استمارة في «غوغل» أو في أي موقع إلكتروني متخصص. يعتمد ذلك على حجم المشروع وطبيعته.
- **طاقم عمل** - إذا كان المشروع يعتمد على متطوعين، فيجب بناء منظومة تطوع توفر استجابة فعالة لمستخدمي الأدوات من دون أن يتسبب ذلك بإرهاق المتطوعين.
- **آلية إيجار** - من الضروري التخطيط لكيفية تأجير أو استخدام الأدوات بالصورة الصحيحة. يُوصى بوضع وثيقة تحدد تكاليف الاستخدام والمسؤولية على الأدوات خلال الاستخدام، ليوقع المستخدم عليها عند استعارته لأدوات العمل.

6

دورات شارع

في العديد من الأماكن تقوم مراكز جماهيرية ومصالح تجارية محلية ومنظمات مجتمع مدني بتنظيم دورات إثراء مختلفة للمجتمع. تُقام الكثير من هذه الفعاليات داخل الصفوف والقاعات، بعيدا عن العين وأحيانا عن الجيب أيضا. تهدف دورات الشارع إلى إتاحة فعاليات مختلفة يكون إنتاجها وتنفيذها بسيطا جدا للمجتمع - في الفضاء العام وأمام الجميع.

درس في إصلاح الدراجة، ورشة يويو، بستنة وألعاب الكرة ما هي إلا جزء بسيط من مجموعة متنوعة من الخيارات للأطفال (وحتى الكبار) في الحديقة العامة أو حتى في موقف سيارات تحت البيت. تخيل مجموعة من الأهل تقرر تنظيم فعالية بعد الظهر لمرتين في الأسبوع تكون مفتوحة ومجانية لأطفال الحي. كل ما يلزم هو إيجاد متطوعين لإدارة الفعالية ووسيلة لنشر المعلومات في المجتمع.

إن مثل هذا النشاط يخلق تجربة إيجابية في الفضاء العام، ويولد تفاعلا بين الأجيال في صفوف سكان الحي، وهو ليس بتجاري ومن دون حاجز دخول اقتصادي.

مبادئ عمل أساسية

- **بناء مجموعة متطوعين** - عادة سيتطوع الأشخاص الذين لديهم مصلحة في إتاحة فرصة من هذا النوع لأبنائهم، الذين يتمتعون بموهبة معينة يمكنهم من خلالها خلق نشاط معين. بالإضافة إلى هؤلاء، فإن كل مجتمع لديه متقاعدون صغار السن وموهوبون قد يجدون هم أيضا المتعة في تنظيم نشاط من هذا النوع. يمكن لمجموعة المتطوعين تقسيم الحمل في العمل التطوعي من جهة وتنويع الأنشطة من جهة أخرى.
- **خطة عمل** - يمكن لخطة العمل أن تكون مبنية (نوع النشاط والزمان والمكان) أو حرة (الزمان والمكان من دون تحديد طبيعة النشاط). تتم صياغة تقسيم المهام وساعات التطوع بناء على هذه الخطة. يجب التأكيد في خطة العمل على عدم وجود أي تواصل ودفع بين من يدير النشاط والمشاركين.
- **النشر** - بعد إنشاء المجموعة وبرنامج العمل، يوصى بنشر المعلومات على مجموعة «فيسبوك» المحلية ووضعها على جدران مداخل المباني.
- **تقييم** - مع مرور الوقت، يمكن تحديد أي من الأنشطة الأكثر نجاحا وتلك الأقل نجاحا ولأي أعمار، وبالاستناد على ذلك يمكن تنويع الأنشطة وملاءمتها لاحتياجات المجتمع.

7

عرض فيلم في الحي

في الصيف الأخير، مرة في كل أسبوعين، تم عرض فيلم في حي «دالت مزراح» في بئر السبع على جدار عازل للصوت يفصل الحي عن السكة الحديدية. احتشد العشرات من سكان الحي، أطفالا وكبارا على حد سواء، لتناول الفشار/البطيخ، والجلوس على حصائر، وتحويل الفضاء العام إلى سينما حقيقية. تجذب الأفلام السينمائية الناس، وخاصة إذا كان الطقس لطيفا في الخارج في ساعات المساء. هذا النشاط الذي يتطلب في الأيام العادية سفرا في سيارة خاصة إلى دار السينما وشراء بطاقة تبلغ قيمتها نحو 35 شيكل للمشاهد الواحد وهو سعر لا يشمل الفشار، يتحول إلى نشاط محلي مجاني أو مقابل سعر رمزي. تنظيم أمسية كهذه لا يكلف كثيرا عادة. كل ما يلزم هو جهاز عرض بيانات جيد وجدار أبيض بما فيه الكفاية وساعات وكمبيوتر وفيلم. إذا كان العرض رسميا، يجب شراء نسخة مرخصة في شبكة «أوزن شيلشيت» لتجنب انتهاك حقوق النشر.

مبادئ عمل أساسية

- **فرصة اقتصادية** - يمكن أن يوفر مركز الاستدامة خدماته للمركز الجماهيري أو للمدير الجماهيري كمنتج لسلسلة أفلام في الحي، وبذلك وبميزانية بسيطة يكون بالإمكان تنظيم فعالية جماهيرية رائعة.
- **بسيط ورخيص الثمن** - من الأفضل إيجاد جدار ملائم بدلا من بناء شاشة، ومن الأفضل وضع حصائر بدلا من المقاعد. كقاعدة عامة، يجب التفكير بأبسط طريقة ممكنة لإنتاج حدث من هذا النوع لأنه كلما كان ذلك أكثر بساطة، سيكون من السهل جعله حدثا روتينيا وجزئا من التقاليد المحلية.
- **جودة** - على الرغم مما سبق، من المفضل أن تكون جودة الصورة والصوت معقولة.
- **اختيار الأفلام** - يستحسن التحقق من نوعية الأفلام حتى تكون ملائمة لشرائح واسعة من المجتمع. الأفلام العائلية تفي عادة بالغرض. ولكن بالإمكان من وقت لآخر تنويع الأفلام وتخصيصها لفئات عمرية مختلفة. الأفلام الناجحة هي الأفلام التي تجذب جمهورا واسعا، وتكون ذات قيمة مضافة يمكن مناقشتها في محاضرة قصيرة قبل عرض الفيلم وفي النقاش مع المعنيين في البقاء بعد العرض.

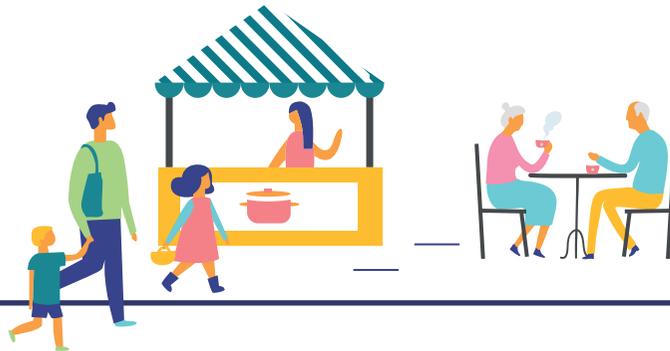
8

أمسية تناول حساء وعرض مبادرات في الحي

وصل المشاركون إلى أمسية تناول الحساء وعرض المبادرات الأولى التي بادرت إليها بيبي ريفن من مدينة شفيلد في إنجلترا. دفع المشاركون، الذين تراوحت أعمارهم بين 15 و65 عاما، رسوم دخول بقيمة نحو 30 شيكل، واستمتعوا بصحن حساء واستمعوا إلى رواد أعمال محليين عن مبادراتهم لتعزيز المجتمع المحلي. بعد الاختلاط بين سكان الحي وتناول الحساء وعرض المبادرات، أجرت بيبي تصويتا. المشروع الفائز، والذي حصل على جائزة بقيمة 540 جنيه إسترليني، يتناول جمع فائض الطعام من مصادر مختلفة وإتاحته للمجتمع. من المشاريع الأخرى التي تم عرضها خلال المساء كان هناك مشروع حول استخدام المطابع ثلاثية الأبعاد ومشروع آخر حول النشاط في مركز رياضة محلي للأشخاص المعاقين. انتشر الدمج العبقري بين الطعام ولقاء مجتمعي ودعم روح المبادرة المحلية كسرعة انتشار النار في الهشيم في إنجلترا وحتى شهر أكتوبر 2015 تم جمع أكثر من 64,000 جنيه إسترليني لمجموعة متنوعة من المشاريع (للمقالة الكاملة في BBC).

مبادئ عمل أساسية

- **بناء شراكات** - يمكن لمجموعة نشطاء والمركز الجماهيري ومحلات أغذية محلية (محلات سوبر ماركت ومطاعم وبيوت استضافة...) تنظيم أحداث كهذه بسهولة.
- **الشيف المناوب** - إذا كان هناك في الحي صاحب مطعم أو شيف، فمن المفضل دعوته للإشراف على تحضير الوجبات - الحساء (أو أي نوع طعام آخر).
- **بناء تقاليد** - من خلال تنظيم حدث شهري من هذا النوع سيكون بالإمكان ملائمة وجبات الطعام للنكهات الموسمية وللأعياد والمناسبات، وقد يساعد ذلك على وجه الخصوص في جمع أفراد المجتمع في لقاء آخر للاطلاع على مستجدات المبادرات التي فازت في المرات السابقة وتشجيع رواد أعمال جدد لتعزيز الأنشطة في المجتمع المحلي.



9

إبداع محلي

هناك العديد من الأنشطة الثقافية والمبدعين المحليين في كل مكان وزمان. معاهد موسيقية وفصول فنون ودورات وغير ذلك. القيام بمسح لهذه المبادرات وجعلها متاحة للمجتمع المحلي يمكن أن يولد أحداثا ولقاءات مثيرة للاهتمام. فكر فيما يمكن أن يحدث لو تم تنظيم عرض موسيقي أو عرض رقص أو معرض لفنانين محليين وربما أيضا حدث احتفالي محلي خلال يوم للأهل في المدرسة.

عادة لا تكون هناك للفنانين الهواة في المجتمع، الذين لا يسارعون إلى عرض أعمالهم، فرصا ودية كثيرة لعرض إنتاجاتهم على العالم. عند تنظيم حدث جماهيري، وبغض النظر عن موضوعه، قد تكون فكرة دعوة هؤلاء الفنانين المحليين إلى مشاركة أعمالهم مع المجتمع فكرة جيدة. كل ما يلزم أحيانا هو جدار أو حامل لوحات أو عدد من الطاولات، لتوفير مكان لأولئك الراغبين ولكن يشعرون بالخجل، أو لا يوجد لديهم الكثير من الوقت لعرض قصتهم الفنية.

إذا لاحظت وجود فنانين في مجتمعك، يجدر بك جمعهم لمناقشة الموضوع. هناك احتمال كبير بأن تجد مجموعة تكون متلهفة للمشاركة في مشروع ثقافي وإبداعي محلي.



تمهيد

للمشاريع التي عُرضت في هذه الكراسة ولمشاريع عديدة أخرى هناك طرق تنفيذ متنوعة، نوصي بشدة اختيار الطريقة الأكثر ملائمة للثقافة المحلية وللمجتمع واحتياجاته ولشركائكم في العمل. سنكون سعداء في الحصول على أي نوع من الردود وقصص النجاح والدروس للاستمرار والتحسين. بالنجاح!

في هذه الكراسة الصغيرة اخترنا رسم اتجاه لخلق ثقافة محلية في مواجهة تأثيرات واتجاهات الثقافة الاستهلاكية. قدمنا عددا من المصطلحات المثيرة للاهتمام في مجال البدائل للثقافة الاستهلاكية وعرضنا أمثلة تفصيلية لمشاريع يمكن أن تحقق نجاحا على المستوى المحلي أو على مستوى مركز الاستدامة المحلي. هناك أيضا العديد من الاحتمالات الأخرى - أسواق مزارعين، دعم مشاريع مشاركة أغراض (يد ثانية، أغورة وغيرها)، تطوير عملات محلية (O-Share، مامزون وغيرها)، ورشات عمل لتطوير الرواية والتراث المحليين، إنشاء مسارات تنزه محلية (هناك مسارات ناجحة في حيفا وحوف هكرمل وجسر الزرقاء وأوفكيم ويروحام وغيرها) والمزيد.



حدث احتفالي محلي مركز الاستدامة غيلو



حدث احتفالي محلي يوكنعام



حدث احتفالي محلي بيت شيمش



كتابة وتحرير اشاحر كهنوفيتش، لوريت ليفوفيتش وران رفيف،
مجال الاستدامة المحلية مركز هيشل.

النسخة العربية | انتاج الترجمة والجرافيك: جلوكل للترجمة
والحلول اللغوية | ترجمة: ماهر خليل

شبكة مراكز الاستدامة info@kayamut.org.il
