



# מתרבות צריכה לתרבות מקומית

# תוכן עניינים

3

רקע

4

הגדרות

7

קהילה ומקומיות vs. תרבות צריכה

8

סל כלים לקידום תרבות מקומית

1. ארגון בזאר / הפנינג מקומי

2. ארגון שוק החלפות

3. ארגון עגלת משחקים משותפת

4. הקמת מיני ספרייה משותפת

5. ארגון ספריית כלי עבודה

6. חוגי רחוב

7. הפקת סרט שכונתי

8. ערב מרק יזמות שכונתי

9. יצירה מקומית

פרולוג

18

מתרבות צריכה לתרבות מקומית

בחרנו להתמקד בצריכה ותרבות פנאי מקומיים, כלכלה מקומית וכלכלה שיתופית כאלטרנטיבות לתרבות צריכה. במילים אחרות - קהילה ומקומיות vs תרבות צריכה.

במדריך זה יפורטו שלל רעיונות לפעולה מקומית, קהילתית, ברמת השכונה, כולל חיבור למידע נוסף, סיפורי השראה וכלים נוספים.

להעמקה ולרקע בנושא תרבות הצריכה, מוזמנים לקרוא בחומרים הבאים:

אטינגר, ליה. (2015). "זאת שאלת השאלות: כמה זה מספיק?". הד החינוך, גיליון אוגוסט 2015. [קישור למאמר](#)

בנשטיין, ג'רמי. ראוותנות ורעבתנות: תרבות הצריכה הישראלית והשלכותיה. כתב עת פנים: תרבות חברה וחינוך, גיליון 21, קיץ 2002. [קישור למאמר](#)

בהצלחה!

תרבות הצריכה הינו מושג המבקר את דפוסי הצריכה המערביים. זהו נושא מורכב חוצה דיסציפלינות, בעל מגוון היבטים סביבתיים, חברתיים, כלכליים, פוליטיים, פסיכולוגיים ועוד. כשעוסקים בתחום זה ניתן לבחון את השפעותיו על הדרך בה אנו מודדים הצלחה, על תרומתו למערכות יחסים ודימוי עצמי, על הדרך בה הוא מעצב את המרחב הציבורי ותרבות הפנאי, על השפעותיו בנושאי זכויות עובדים ומגדר, על החצנת עלויות וחלוקת משאבים, על יצירת זיהום ופסולת ועוד ועוד.

למרכזי הקיימות המקומיים יש פוטנציאל רב לעסוק ביצירת אלטרנטיבות חיוביות. אלטרנטיבות המחזקות את הזהות האזרחית שלנו על פני הזהות הצרכנית. ככלל, הצבת אלטרנטיבה חיובית וטובה יותר, מובילה לשינוי רב יותר מאשר עיסוק יתר בצדדים השליליים של דפוסים מושרשים היטב, בטח רגישים כמו אלה הנוגעים לתרבות צריכה.

לפיתוח תרבות מקומית עשירה יתרונות רבים. היא גורמת לחברי הקהילה להשקיע מזמנם בקהילה המקומית, מפתחת חוסן קהילתי ואינטראקציות אנושיות חיוביות במרחב המשותף, היא עשויה לקדם [תעשייה יצירתית](#) כמנוף לכלכלה מקומית, היא מבכרת חוויה על פני צריכת מוצר, היא מזמנת דרכי התבטאות מגוונים, והיא שוויונית יותר, ולו כי היא יותר זמינה וזולה למגוון אוכלוסיות.

בבואנו לעסוק בנושא מורכב שכזה במרחב מקומי עלינו לבחור את נושאי המיקוד בהם נרצה לפעול. במדריך זה

## להלן כמה הגדרות נוספות שימשו אותנו בעשייה בתחום

להשאיר הון במרחב ובקהילה המקומיים, להעלות את הרווחה בצורה הוגנת לכלל הקהילה המקומית, לשמור על ההון הסביבתי והחברתי המקומיים ועוד. מוכרת לכולנו הסיסמא "לקנות כחול-לבן", וקל לנו להבין שהבחירה לקנות כחול-לבן תומכת בכלכלה הישראלית. קצת פחות אינטואיטיבי לנו להבין שלרכוש ברשת קמעונאית גדולה, תומך כלכלית בבעל הון שאינו מקומי, ופוגע בעסקים קטנים מקומיים של חברי קהילה. תחום הכמ"מ לוקח את הגישה "חשוב עולמי ופעל מקומית" לזירה הכלכלית. לרכוש מוצרים ושירותים מהשכן או במרכז המסחרי השכונתי הקטן מחזק את הכלכלה והחברה המקומיים. למעשה, רוב תושבי השכונה או הרשות המקומית עובדים בעסקים קטנים ובינוניים, הם לב ליבה של המערכת הכלכלית המקומית, ולתמיכה באלו, ערך חברתי, כלכלי וסביבתי רב.

• **עוגת השכבות של החברה התעשייתית** - את משל עוגת השכבות הגתה היזל אנדרסון כשניסתה להסביר לביתה איך עובדת הכלכלה. חלקה העליון של העוגה, הוא החלק שניתן למדוד באמצעות הכסף שעובר בו - המגזר הציבורי ועליו, הקרם של העוגה, המגזר הפרטי. השכבות הבסיסיות של העוגה, אלו שללא הן לא הייתה עוגה, לא נהוג למדוד בכסף. אלו השכבות שאנדרסון כינתה אימא אדמה וכלכלת האהבה. כשיש לנו מערכת יחסי שכנות במסגרתה אנחנו יכולים לבקש עזרה (בייביסיטר, כוס סוכר...),

• **"חוויה במקום מוצר"** - זהו עקרון מפתח, שהוא גרסה למודל "שירות במקום מוצר"<sup>1</sup>. המודל בעיקרו מציג שאנחנו לא באמת צריכים מוצרים, אלא אנחנו צריכים את השירותים במוצרים אלו מספקים. לדוגמא, אין לנו צורך במכונת כביסה או מכונת שטיפה. יש לנו צורך בשירות של מכונת כביסה או מכונת שטיפה. אין לי צורך לקנות מספק מכונה, אלא לשכור את השימוש במכונה. בצורה זו, האינטרס של הספק הוא לעשות שימוש במכונות שתחזוקתן נמוכה עד אפסית ואורח חייהן ארוך. בכך אנחנו חוסכים את הפסולת של מודל "השתמש וזרוק" או את האסטרטגיה "השבתה מתוכננת" (planned obsolescence) בה נוקטים כל כך הרבה יצרנים, וזאת בכדי שנזרוק מהר יותר, ונצרוך שוב.

כשמדברים על עקרון "חוויה במקום מוצר", אנחנו עושים צעד נוסף. במקום למלא צורך פנימי ברכישה של מוצר, אנחנו מתעדפים חוויה אנושית, פרטית או חברתית. במקום הביילוי הנפוץ במרכזי קניות, הכרוך במערכת יחסים מסחרית ומנוכרת עם המרחב והאנשים שבו, ברצוננו לחולל חוויה אנושית בלתי מסחרית.

• **כלכלה מקומית מקיימת (כמ"מ)**<sup>2</sup> - היא אסטרטגיה לפיתוח כלכלי מקומי שכליה המגוונים מבקשים

# הגדרות

אותם בצורה בלעדית על ידי בעלות. לרוב מודל זה מתאפשר תודות לשילוב של טכנולוגיה וקהילות משתפות (ראו [ההגדרה באתר אקו-וויקי](#)). מאד מומלץ להירשם לעדכונים של המגזין הדיגיטלי [Shareable](#) שעוסק בשיטות מגוונות ובדוגמאות מכל העולם לכלכלה שיתופית.

• **תרבות הצריכה** - בנוסף להאשמות נגד תאגידים בדבר נזקים כלכליים, חברתיים, אקולוגיים ובריאותיים קמה התנגדות לתופעה תרבותית שהופיעה בצל אסטרטגיות השיווק האגרסיביות שלהם. "תרבות הצריכה" הינה תופעה המתחוללת בחברות מערביות (ובהן ישראל), בה האנשים רואים את הקניות או כנהוג - "שופינג", כבילוי, כיעד למיצוי שעות הפנאי, שבהן נפוצים הקניונים הראוותניים. הפרסומות חודרות לחיינו מכל פינה ומהוות מושא התעניינות כמדיה בפני עצמה. דוגמה קיצונית לכך ניתן לראות למשל בסרטוני הוידאו למוזיקה שבמקור היו פרסומת למוסיקה שיצרו אמנים, ועם הזמן הפכה הפרסומת למוצר עצמו.

רבים יוצאים נגד התופעה, בטענה שהכלים והסמלים ש"תרבות הצריכה" משתמשת בהם פוגעים בצרכנים באופן נסתר. הפרסומות מעוותות את מערכת הערכים של האדם - ובעיקר של ילדים, ומציבות בראשה את המרדף אחרי השטר, את החומרנות, את המרדף אחר אידיאל היופי ההוליוודי הלא

לא עובר כסף מיד ליד. כשעובר אורח עוזר לזקנה לעבור את הכביש היא לא משלמת לו. כשאנחנו נושמים לרווחה, או נהנים מהנוף, איננו קונים דבר מה. לכל אלו ערכים כלכליים משמעותיים מאד בעבורנו אך הם אינם חוויה מסחרית. יותר מזה - ללא ערכים אלו, כאמור, לא נוכל ליהנות מהשכבות הגבוהות יותר בעוהה. כיום עיקר המערכת הכלכלית הנמדדת, ולפיה יישק דבר, נמצאת בחלקה העליון של העוהה, המקום בו עובר כסף מיד ליד. בבואנו להציב אלטרנטיבות לתרבות הצריכה, ההון הגלום בשתי השכבות התחתונות יוצר הזדמנויות רבות במרחב המקומי. ובמילים אחרות - המטרה היא להרחיב ככל שניתן את כלכלת האהבה.

• **כלכלה שיתופית (Sharing or Collaborative Economy)** - היא קבוצה של מוסדות חברתיים וכלכליים שמאפשרים גישה משותפת למוצרים, שירותים וכישרונות. מערכות של כלכלת שיתוף מתקיימות במגוון צורות, חלקן מנצלות את טכנולוגיית המידע (בעיקר האינטרנט) שמאפשרת הפצה שיתוף ושימוש חוזר בעודף קיים של משאבים ושירותים. הנחה מקובלת בתחום היא שכאשר יש שיתוף במידע אודות מוצרים, הערך של מוצרים אלה עולה עבור עסקים, בני אדם ועבור הקהילה. צריכה שיתופית (Collaborative Consumption) היא קבוצה של מוסדות כלכליים שבהם המשתתפים חולקים גישה למוצרים ולשירותים במקום לצרוך

# הגדרות

ניתן להשגה, את הראיה כי האדם נמדד לפי צורתו החיצונית ורכושו ולא על פי מעשיו ודעותיו. רבים רואים את תרבות הצריכה כתופעת לוואי ישירה מהתחזקותם של תאגידי שמטרתם שיווק ורווח, ומהכלכלה הקפיטליסטית המערבית, שקובעת כי צמיחה נובעת מייצור (ומעודדת צריכה כדי לשמור על יעדי ביקוש) ולא רואה את הפיתוח האנושי, החברתי והאקולוגי, בתור מדדים למשק מצליח. תרבות הצריכה מעודדת צמיחה לשם צמיחה ומגדילה מאוד את טביעת הרגל האקולוגית שלנו בלי קשר לתרומה של המוצרים לרווחת בני האדם.



הפנינג מקומי בית שמש



הפנינג מקומי מרכז קיימות גילה



יצירה מקומית מרכז קיימות גילה

## פרויקטים מעניינים בארץ

• **לצאת מהקופסא** - עמותת "לצאת מהקופסא" הוקמה על-ידי קבוצה של צעירים בשנת 2010 על-מנת לקדם את תחום העיצוב בישראל ולהשתמש בעיצוב ככלי מניע לשינוי כלכלי, חברתי ותרבותי של החברה הישראלית. העמותה פועלת במטרה לייצר עבור מעצבים צעירים במה, כלים והזדמנויות ליצירה, למידה ועשייה משותפות, וחותרת להקמת מרחבי עבודה אשר יאפשרו למעצבים צעירים להתנסות וליזום. כל זאת, תוך שימוש בידע ובכלים שרכשו על-מנת להעבירו הלאה ולקדם באמצעות את החברה בה אנו חיים. העמותה מפתחת תוכניות חינוכיות אשר עושות שימוש בעיצוב למינוף אוכלוסיות מוחלשות, ובכך מקדמת את צמצום הפערים בחברה. [לינק לאתר העמותה](#)

• **תנועת תרבות** - מהווה מסגרת לנוער וצעירים יוצרים הפועלים לעיצוב דמותה של החברה הישראלית תוך שימת דגש על הפעולה התרבותית, האמנותית והחינוכית בקרב נוער וקהילה בפריפריה. תנועת תרבות מקימה קבוצות אמנים-מחנכים המתיישבים בפריפריה גיאוגרפית בישראל, הרואים במקום את ביתם ומחויבים ליצירה, לחינוך ולתרבות כמרכז משימתם ופעולתם במקום. [לינק לאתר העמותה](#)

החברה האנושית עברה במאות האחרונות שינויים מהפכניים. המהפכה התעשייתית ויצור המזון התעשייתי שהגיע יחד איתה, יוצרים מצד אחד שפע שהאנושות לא ידעה קודם, ומצד שני אופן יצור חדש לחלוטין.

האדם המודרני חי בעולם של סחורות, את כל צרכיו הפיזיים הוא מספק לעצמו משוק של סחורות המיוצרות כדי להיסחר ולהימכר. האדם עצמו מנותק מתהליך היצור, ותופס את עצמו בתור צרכן.

תהליך היצור לעומת זאת מפורק לגורמים נפרדים, ומטרתו למכור כמות סחורות גדול ככל האפשר. האדם כבר אינו קונה על פי צרכיו, להשביע את רעבונו ובגדים לשמור על חום גופו, בית שיגן מהגשם וכו'. במקום זאת הוא הפך להיות חלק ממעגל היצור שדוחף כל הזמן לייצור של עוד ועוד סחורות.<sup>3</sup>

מעגל זה מזיק הן לאנשים שהם חלק מתהליך היצור, הן לאנשים שהם הצרכנים והמטרה שלו וצורכים יותר מכפי צורכם, והן לסביבה שאינה יכולה לשאת את ההשלכות של תהליך היצור הצורך משאבים באופן בלתי מבוקר, ומייצר פסולת, בלי להטמיע את העלויות שלה במחיר המוצר.

בכדי לייצר אלטרנטיבה, ברצוננו ליצור מגוון דרכים למלא את צרכי הפרטים בקהילה בצורה חלופית. לא מדובר בחלופה לעניים, או חלופה של כשרה. בכדי לעשות שינוי מהותי בתרבות צריכה, על החלופה להתעלות באיכותה על הדפוס הקיים. אכן אתגר מרתק עומד בפנינו.

# קהילה ומקומיות

## VS.

## תרבות צריכה

מתנ"ס מקומי וארגונים מקומיים נוספים. יותר שותפים להפקת האירוע = יותר סיכויי הצלחה. מאחר ומדובר באירוע בעל פוטנציאל משתתפים רחב, למנהל הקהילתי או למתנ"ס יש את הידע והניסיון בעבודה מול גורמי ערייה ומשטרה, כולל השגת האישורים המתאימים. באם יש קבוצת פעילים, תהליך איתור דוכנים פוטנציאליים, פרסום האירוע, ארגון המרחב וניהול האירוע הופכים לפשוטים יותר לביצוע והרוח הקהילתית חזקה יותר.

### עקרונות פעולה מרכזיים

- **לערב שותפים ותושבים** - האירוע הוא שכונתי, בשביל התושבים ובדמותם.
- **לדאוג לאישורים מתאימים** - למנוע חיכוכים מיותרים עם הרשויות ולהציב רף איכות ובטיחות גבוה.
- **לגוון את הפעילות** - מגוון מביא יותר משתתפים ויוצר תחושה חגיגית.
- **למנוע מסחור** - הדגש הוא על הערכים והאינטראקציה הקהילתיים ועל כלכלת אהבה. אין למלא את המרחב בפרסומות ובשלטי נותני חסות.
- **ליצור מסורת** - פעילות שכזו על בסיס חודשי יוצרת קהילה, מרחיבה את מעגל הפעילים ומגוונת את הפעילות עצמה.
- **לתעד ולשתף בהצלחה** - לספר את הסיפור ברשתות החברתיות יכול ליצור זהות מקומית עם הפעילות ולהביא משתתפים משכונות שכנות.

דמיינו לכם רחבה במרכז השכונה או הפארק הקרוב לובשת חג. המרחב מקושט על ידי ילדי בית הספר המקומי, במרכז פרוסות מחצלות וילדים מתרוצצות בין המבוגרים. מסביב, דוכנים צבעוניים, מגוונים ומפתיעים. מאחורי כל דוכן יושב שכן שפניו מוכרות ומציע את מרכולתו. למרחוק, קבוצת ילדים מתרכזת סביב קוסם וקולות צחוקם נשמעים למרחוק. הסביבה לא מרגישה ממוסחרת, והמוצרים אינם מגיעים מסין. כל זה מתרחש במרחב הציבורי, בנחלת הכלל הלובשת חג, במרחב המשותף. התושבים, אינם רק משתתפים, המבקרים וצורכים פעילות עירונית. הם חלק מאופי האירוע וארגונו.

כאמור, בשכונה, כל שכונה, יש מגוון רחב של בעלי עסקים קטנים. אירוע מקומי, בו מוקמים דוכנים של אותם בעלי העסקים ומציעים ממרכולתם הופך מהר מאד לאירוע קהילתי מוצלח מאד. באירוע שכזה, תושבי השכונה יכולים לחשוף את תחביביהם ולהפוך לעסק, ליום אחד, המציע יצירות אמנות, אוכל בייתי, טיפול שיאצו ועוד.

בכדי שאירוע שכזה יצליח, עליו להיות אטרקטיבי ולמשוך את תושבי השכונה. המוטיבציה להקים דוכן היא בעיקר כלכלית ולכן יש להבטיח תנועה מספקת של משתתפים. ניתן לעשות זאת על ידי שילוב וגיוון הפעילויות במרחב פעילויות לילדים - ולמבוגרים (הצגות, הפעלות, משחקים... קוסם, רקדנים ואמנים מקומיים...), שוק יד שניה, פיקניק, סרטים, הרצאות וכדומה.

מומלץ להפיק אירוע כזה בשותפות עם המנהל הקהילתי/

1

ארגון  
בזאר

או

הפנינג  
מקומי



- **מחיר סמלי לצורך גיוס משאבים** - בדומה לסעיף האחרון, רק שאת ההכנסות מקדישים למטרה מוגדרת מראש. בתי ספר לעיתים מקיימים אירועים שכאלה, המשפחות מביאות חפצים משומשים, הילדים מוכרים אותם ואת הכסף משקיעים בפעילות בית ספרית או כתרומה לעמותה כלשהי. לעיתים ישנה רכישה מוקדמת של שוברים שבאמצעותם רוכשים חפצים משומשים.

### עקרונות פעולה מרכזיים

- **ראו שוב עקרונות סעיף א'**
- **להתאים את סוג השוק** - בקהילות שונות, יתאימו סוגי שוק שונים. יש להיוועץ עם השותפים לגבי המודל המתאים ביותר לקהילה הרלוונטית.
- **לגוון פעילויות** - כאמור לעיל, כדאי ששוק החלפות יהיה אחד המרכיבים באירוע.
- **להכין תכנית עודפים** - אחרי כל שוק החלפות נותרים מגוון חפצים שאין להם דורש. יש להיערך טרם האירוע עם כוח אדם מתאים ופתרונות נאותים לעודפים - מיחזור, תרומה או אגירה לטובת האירוע הבא.
- **ליצור מסורת** - מסורת של שוק שכזה יכולה להסיט אליו חלק מהצריכה הביתית. משפחות שידועות שבעוד שבועיים יתקיים שוק החלפות, ימנעו מקנייה מיותרת ובכך יוכלו לחסוך בכסף.

לשווקי החלפות שמות רבים - שוק קח תן, יד שניה, החלפות, שוק בשקל ועוד. כל שוק כזה יכול להתנהל טיפה אחרת, אבל בבסיסם עומד אותו העיקרון - צורכים יותר מוצרים משומשים, וחוסכים כסף, יצירת פסולת וצריכת משאבים חדשים. שוק יכול להיות נושאי (שוק תחפושות לקראת פורים, זרעים לקראת מועדי זריעה, ספרים לקראת פתיחת שנת הלימודים...) או כללי, בו כל משתתף (כולל ילדים!) מביא חפצים שאינו זקוק להם ולוקח או קונה בתשלום סמלי חפצים משומשים. ילדים מוכרים בשקל צעצוע שנמאס עליהם וקונים צעצוע אחר שמוצא חן בעיניהם. הורים מתחדשים בבגד או מחליפים ספר.

### מודלים לשוק החלפות

- **שוק קח תן חינמי** - בשוק זה, הקהילה מוזמנת להביא חפצים משומשים (לא מהווה תנאי לכניסה) לשולחנות משותפים וכל המשתתפים מוזמנים פשוט לקחת דברים שמוצאים חן בעניהם.
- **כניסה בתשלום** - לפי מודל זה, כל משתתף מעל גיל מסוים משלם 20-10 ש"ח כניסה לכיסוי הוצאות ההפקה. הפריטים אינם בתשלום. כל אחד מביא עמו מה שהוא רוצה.
- **מחיר סמלי לפריט** - שוק בשקל, או עד 5 שקלים, יוצר מוטיבציה נוספת לילדים לקחת חלק בפעילות. הוספת תג מחיר בשקלים מאפשרת לאוכלוסיות מסוימות להתעלות על חסמים בצריכת מוצר משומש או חינמי (בעיקר באוכלוסיות מוחלשות).

2

## ארגון שוק החלפות

## עקרונות פעולה מרכזיים

- **הפעלת העגלה** - כמו בפרויקטים אחרים, קבוצת משפחות ובהן מתנדבים לתחזק ולהפעיל את השימוש בעגלה, היא תנאי הכרחי להצלחת הפרויקט לאורך זמן. קבוצה זו יכולה לאסוף משחקים מתאימים מהקהילה (או להכין כאלה), לדאוג להבאתה למקום הפעילות בשעה/יום קבועים בשבוע ולהרחיב את מעגלי הנהנים.
- **מקום אחסון** - יש לדאוג למקום אחסון המתאים לעגלה, כזה שהוא קרוב דיו למרחב ציבורי המתאים לפעילות שכזו. יש פה מתח בין לשמור על רכוש שמטרתו להיות זמין למשתמשים, אך עדיין שמור דיו בכדי שלא יעלם ולא יבוצע בו וונדליזם.
- **תחזוקה** - יש לסמן את המשחקים בצורה כזו שיהיה בולט היותם מרכיב בעגלת המשחקים. כמו כן, יש להיערך לפחת ובלאי בציוד ולחדש מעת לעת את המשחקים.

עגלת משחקים, כשמה כן היא. קופסת הפתעות גדולה על גלגלים ובה משחקים ייחודיים, כאלה שאין בכל בית. עגלת משחקים היא משאב משותף שהקהילה מנהלת בכדי ליצור אינטראקציות קהילתיות מהנות, להפעיל את הילדים במרחב הציבורי המשותף וזאת ללא עלות. במקום ללכת עם המשפחה לבלות בקניון או במרחב ובחוויה מסחריים, כל שצריך הוא לתאם הוצאה של העגלה המדוברת ממקום האחסון, לפרוק ממנה משחקי לוח גדולים, פאזל ענק, דילגיות, צלחות מעופפות, קביים ומה לא, והנה יש לנו פעילות חינוכית קרוב לבית.

3

# ארגון עגלת משחקים משותפת

המשתמשים עצמם ידאגו לתחזוק, לנקות, להביא עוד ספרים ובכלל, לשמור על תקינות הספרייה (ולהחליף בה את הספרים אם נצברו בה כאלה שאף אחד לא באמת ירצה לקרוא...). במידה והפרויקט מתחיל בקצב איטי, יש לוודא שיש מי שלוקח עליו אחריות. וזה כמובן שלא חייב להיות מבוגר...

- **שיק ואסתטיקה** - קופסת עץ בלה ומוזנחת לא תעשה את העבודה. מיני ספרייה צריכה להיות מזמינה, מעוצבת במקוריות, לספר סיפור עוד לפני שפתחנו את הדלת בכדי לקחת או לשים ספר. מלבד זאת, האסתטיקה נוטה לשמור עליה מוונדליזם. היא צריכה גם להיות עמידה לקיץ ולחורף הישראליים. תהליך היצירה עצמו יכול לבנות קבוצה מחויבת להמשך תחזוקת הספרייה.

- **מיקום, מיקום ומיקום** - המקום שיבחר לספרייה ישפיע על כמה אנשים יעצרו לידה, האם רק יסתכלו או גם ישבו לדפדף, האם היא נוחה לתפעול או דווקא נוחה לוונדליזם והאם אנשים יביאו אליה ספרים. מיני ספרייה + ספסל + צל, יכולים להפוך פינת גינה ציבורית נטושה למרחב עם אופי ושימוש ייחודי.

- **עשה ואל תעשה** - שימוש שיתופי שכזה במרחב הציבורי אינו דבר שאנחנו רגילים בו. על כן, כדאי שבצמוד לספרייה ימוקם שלט חינוכי ומאיר עיניים שנותן הסבר קצר על אופן השימוש בספרייה. דוגמא לשלט נמצא בעמוד הבא.

בישראל התופעה ושמה 'מיני ספרייה משותפת' (Little Free Library) נמצאת ממש בראשיתה. במקומות בודדים ניתן למצוא מדפי ספרים בתחנות אוטובוס, עיריית תל אביב הציבה ספריות נגררות ברוטשילד ובחוף מציצים וארגונים אחדים מעמידים ארונות ספרים במקומות מרכזיים במשרדיהם. לעומת זאת, באירופה ובצפון אמריקה, מפוזרות אלפי מיני ספריות ברחובות, כיוזמה של יחידים וקהילות. חלקן "מתמחות" בספרי ילדים ואחרות בסיפורת. הספריות הללו תורמות לאוריינות, מנגישות ספרים, מפחיתות פסולת ומוסיפות אופי מיוחד למרחב הציבורי ולחווית המשתמש. ספרייה כזו במקום מוצל בצמוד לספסל יוצרת שימוש חדש ומיוחד במרחב הציבורי ומזמנות מפגשים קהילתיים ספונטניים.

באתר [Little Free Library](http://LittleFreeLibrary.com) תוכלו למצוא אין ספור תמונות מעוררות השראה, מיפוי בינלאומי של מיני ספריות ורעיונות נוספים. הקמת מיני ספרייה בכניסה לגן ילדים או בית ספר, מיני ספרייה בכניסה לבניין מגורים או למתנס ועוד.

### עקרונות פעולה מרכזיים

- **שיטות יצירתי** - כדאי לעיין באתר לעיל או ב [Pinterest](https://www.pinterest.com/littlefreelibrary/) ולהתרשם מהיצירתיות האין סופית של בוני המיני ספריות.
- **מבוגר אחראי** - עקרון זה קובע שפרויקט לא נגמר מיד לאחר התלהבות שלב ההקמה. יש לחשוב ולתכנן כיצד תתחזק המיני ספרייה. במידה והפרויקט מוצלח מאד,



# הקמת מיני ספרייה משותפת



# הקמת מיני ספרייה משותפת

שלום! זו מיני ספרייה שיתופית. היא של כולנו ושביל  
כולנו. אתם מוזמנים לקחת ספר ולהשאיר אחר במקומו.  
אנא הקפידו לסגור היטב את דלת הספרייה ולהשאירה  
נקייה ומסודרת.

במידה ויש לכם הרבה ספרים שאין לכם בהם שימוש,  
אתם מוזמנים ליצור קשר עם \_\_\_\_\_

או לתרום אותם ל \_\_\_\_\_

תודה!

## עקרונות פעולה מרכזיים

- **בדיקת התכנות** - לא ברור מאליו שלפרויקט כזה יהיו מספיק משתמשים בכדי שהוא יהיה כלכלי, או לפחות יכסה את העלויות שלו. כדאי בשלב הראשון לעשות סקר משתמשים ולרחרח כמה יהיו מוכנים לשלם בעבור יום שימוש בכלי עבודה שונים (מברגה, מקדחה, פטישון, מסור דיסק, ג'יקסו וכדומה).
- **צוות הקמה** - מומלץ להכנס לפרויקט שכזה רק אם יש משוגעים מקומיים לעניין. בלעדיהם יהיה מאד קשה להתניע את המהלך, למצוא תקציב להשקעה הראשונית וליצור קבוצת משתמשים ראשונה וקבועה שתניעה את הפרויקט.
- **מערכת השכרת כלי עבודה** - יש לתכנן מערכת מתאימה להשכרת הכלים. בבית שמש, בקיבוץ העירוני תמוז, יש קבוצת וואטס אפ, באמצעותה מעדכנים המשתתפים בפרויקט על הזמנת השימוש בכלים. ניתן לעשות זאת באמצעות קבוצת פייסבוק, טופס בגוגל או באתר ייעודי. תלוי בגודל הפרויקט ובאופיו.
- **צוות הפעלה** - באם הפרויקט מבוסס מתנדבים, יש לבנות את מערך ההתנדבות כך שיינתן מענה יעיל למשתמשי הקצה אך לא ישחוק את המתנדבים עצמם.
- **מנגנון השכרה** - יש לתכנן כיצד נכון לבצע השכרה או השאלה של הכלים. מומלץ לערוך מסמך שמגדיר עלויות שימוש ואחריות על הכלי בעת השימוש, עליו המשתמש חותם בעת איסוף כלי עבודה.

המספרים מדהימים. מקדחה טובה שעוצבה והורכבה בכדי לעמוד במאות שעות עבודה בשנה, עובדת 8 דקות, במצטבר ובמומצע, בשנה, במשקי בית. כל המקדחות הללו, שמעלות אבק, תופסות מקום ועשויות מחומרים יקרי ערך. אין כל הלימה בין ההשקעה בייצור לבין התועלת בשימוש. למעשה, אין לנו צורך אמיתי במקדחה. אנחנו צריכים מעת לעת חור בקיר. תארו לכם, שבמקום לרכוש ביוקר את אותה מקדחה ולאחסן אותה כל השנה, תוכלו לגשת לספריית כלי העבודה המקומית, לשלם סכום סמלי ליום שימוש ולקבל כלי עבודה איכותיים. בעולם פועלות יותר ויותר ספריות כאלה (בעיקר בארה"ב) - ראו לדוגמא [ספריית כלי עבודה בטורונטו](#), [בקלגרי](#), [בדנבר](#), [והנה אחת לכלי מטבח](#) (גם בטורונטו). בארץ אפשר למצוא את [המעבדה לקיימות קהילתית](#) שמתפעלת ספריית כלים.

מאחר ומדובר בהשקעה משמעותית בנקודת ההתחלה, מומלץ לחבור לפרויקט קיים בעל זיקה לנושא. סדנאות בבתי ספר, מעבדות [FabLabXLN](#) ודומיהם, חנויות מקומיות, לחומרי בניין או כל גוף שעשוי להיות שותף להתנעת ספרייה שכזו.

# 5

## ארגון ספריית כלי עבודה

## עקרונות פעולה מרכזיים

- **בניית קבוצת מתנדבים** - לרוב יתנדבו אלו שיש להם עניין שמענה מסוג זה לילדיהם שלהם, כאלו שיש להם כישרון מסוים בעזרתו יוכלו לייצר פעילות. מעבר לאלו, בכל קהילה יש גמלאים צעירים ומוכשרים שיכולים גם הם למצוא טעם בהפעלת פעילות שכזו. קבוצת מתנדבים יכולה לחלק את העומס בהתנדבות מחד ולגוון את הפעילויות מאידך.
- **תכנית פעילות** - תכנית פעילות יכולה להיות מובנת (איזו פעילות יש, מתי ואיפה) או חופשית (מתי ואיפה, ללא הגדרת אופי הפעילות). חלוקת המשימות ושעות ההתנדבות תגובש על פי תכנית זו. חשוב להדגיש בתכנית הפעילות שאין כל התקשרות ותשלום בין המפעיל למשתתפים.
- **הפצה** - לאחר בניית הקבוצה ותכנית הפעילות, מומלץ להעלות אותה לקבוצת הפייסבוק המקומית ולתלות אותה בכניסות לבניינים.
- **הערכה** - לאורך זמן, ניתן לזהות אילו פעילויות ולאילו גילאים מצליחות יותר ומצליחות פחות. בהתאם לכך ניתן לגוון את הפעילויות ולהתאימם לצרכי הקהילה.

במקומות רבים ישנם מתנ"סים, עסקים מקומיים וארגוני חברה אזרחית שמארגנים חוגי העשרה שונים לקהילה. רבות מפעילויות אלו קורות "בהיחבא" בתוך כיתות ואולמות, רחוק מהעין ולעיתים גם מהכיס הממוצע. חוגי רחוב מבקשים להנגיש לקהילה פעילויות מגוונות, פשוטות מאד להפקה וזולות לביצוע, וכל זה - במרחב הציבורי לעיני כל.

שיעור בתיקון אופניים, סדנת יויו, גינון ומשחקי כדור הם חלק זעיר ממגוון האפשרויות להפעלת ילדים ונוער (ואף מבוגרים) בגינה ציבורית, בפארק או אפילו בחניון מתחת לבית. דמיינו לכם קבוצת הורים שמחליטה להפעיל פעמיים בשבוע אחר הצהריים פעילות פתוחה וחינמית לילדי השכונה. כל שצריך הוא לאתר מתנדבים שיפעילו את הפעילות וכלי להפצת המידע בקהילה.

פעילות שכזו מייצרת חוויה חיובית במרחב הציבורי, מייצרת אינטראציה רב גילאית בין תושבי המקום, אינה ממוסחרת וללא חסם כניסה כלכלי.

# 6

## חוגי רחוב

## עקרונות פעולה מרכזיים

- **הזדמנות כלכלית** - מרכז קיימות יכול להציע את שירותיו למתנ"ס או למנהל הקהילתי כמפיק של סדרת סרטים בשכונה, וכך בתקציב מצומצם ניתן להרים יופי של פעילות קהילתית.
- **פשוט וזול** - עדיף לאתר קיר מתאים מאשר להפיק קונסטרוקציה למסך. עדיף מחצלות מכסאות. ככלל, כדאי לחשוב על הדרך הפשוטה ביותר להפיק אירוע כזה משום שככל שזה יהי פשוט יותר, יהיה קל להפוך את זה לשגרה ולמסורת מקומיים.
- **איכות** - על אף האמור לעיל, כדאי שתהיה איכות ראות ושמע סבירים...
- **בחירת סרטים** - כדאי לרחרח סביב אילו סרטים יתנו מענה לאוכלוסיה רחבה. בדרך כלל סרטי משפחה יעשו את העבודה, אבל ניתן גם לגוון ולכוון מעת לעת למגוון גילאים. סרטים מוצלחים יהיו כאלה שפונים לקהל רחב, ושיש להם ערך מוסף שניתן לבצביע עליו בהרצאה קצרה טרם ההקרנה ובדיון, עם מי שיהיה מעוניין להישאר, לאחר ההקרנה.

בקיץ האחרון, אחת לשבועיים, הוקרן בשכונת ד' מזרח בבאר שבע סרט על קיר אקוסטי המפריד בין השכונה לפסי הרכבת. עשרות מתושבי השכונה, ילדים ומבוגרים כאחד, התכנסו כדי לאכול פופקורן/אבטיח, לשבת על מחצלות, ולהפוך מרחב ציבורי לקולנוע של ממש. סרטי קולנוע מושכים מאד אנשים, בעיקר אם נעים בחוץ בשעות הערב. פעילות שבימים כתקונם דורשת נסיעה ברכב פרטי לבית קולנוע, וקניית כרטיס בכ-35 שקלים לצופה לפני פופקורן, הופכת לפעילות מקומית חינוכית או כזו במחיר סמלי. הפקה של ערב כזה היא יחסית זולה. כל שצריך הוא מקרן סביה, קיר לבן דיו, רמקולים, מחשב וסרט. באם ההקרנה היא רשמית, יש לרכוש עותק בעל רישיון באוזן השלישית בכדי לא לפגוע בזכויות יוצרים.

# 7

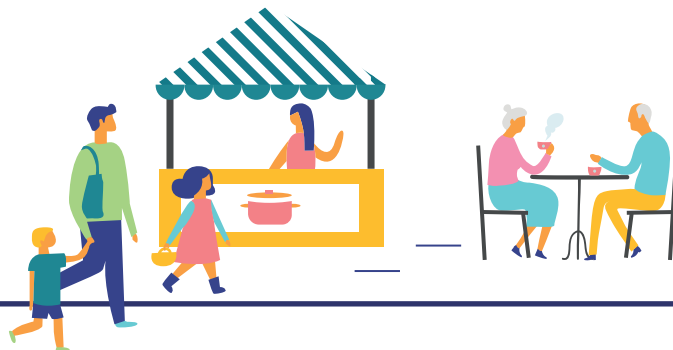
## הפקת סרט שכונתי

## עקרונות פעולה מרכזיים

- **בניית שותפות** - קבוצת פעילים, המתנ"ס ועסקי מזון מקומיים (סופרמארקטים, מסעדות, בתי הארחה...) יכולים בקלות יחסית לארגן אירועים כאלו.
- **השף התורן** - אם יש בשכונה מסעדה או שף, כדאי להזמין אותו לנצח על הכנת - המרק (או כל מזון אחר...).
- **בניית מסורת** - קיום אירוע חודשי שכזה, יכול לקבל טעמים עונתיים, התאמה לחגים ומועדים, ובעיקר יכול ליצור מפגש חוזר של חברי הקהילה, לקבל עדכונים על יוזמות שזכו בפעמים הקודמות ולעודד יזמים חדשים לקדם פעילויות בקהילה המקומית.

משתתפים הגיעו לערב מרק יזמות הראשון שיזמה פני רייבן משפילד שבאנגליה. המשתתפים שגילאיהם נעו בין 15 ל 65, שילמו כ 30 ש"ח כניסה, וזכו ליהנות מקערת מרק ולשמוע יזמים מקומיים מספרים על יזמותיהם לקידום הקהילה המקומית. לאחר המינגלינג השכונתי, המרק והצגת היוזמות, ערכה פני הצבעה. הפרויקט שזכה לקחת עמו 540 פאונד עוסק באיסוף עודפי מזון ממקורות שונים והנגשתם להקהילה. פרויקטים אחרים שהוצגו באותו הערב עסקו בשימוש במדפסות תלת ממדיות ובפעילות במרכז ספורט מקומי לבעלי מגבלויות.

השילוב המבריק בין אוכל, מפגש קהילתי וקידום יזמות מקומיות מתפשט כאש בשדה קוצים באנגליה ועד לאוקטובר 2015 גויסו למעלה מ 64,000 פאונד למגוון פרויקטים [\(לכתבה המלאה ב-BBC\)](#)



# 8

## ערב מרק יזמות שכונתי



# 9

## יצירה מקומית

יש הרבה פעילויות ויוצרי תרבות מקומיים כל הזמן. קונסרבטוריום, כיתות אמנות, חוגים ועוד. מיפוי יזמות אלו והנגשתן לקהילה המקומית יכול לחולל אירועים ומפגשים מרתקים. חשבו מה היה קורה אם ליום הורים טיפוסים בבית הספר, היו מצמידים הופעה של מגמת מוזיקה או מחול, תערוכה של אמנים מקומיים ואולי הפנינג מקומי (ראו סעיפים 1 ו 2). זו הזדמנות להפוך אירוע סטנדרטי לחגיגה ולסינרגיה של תרבות מקומית.

ככלל, לאמנים חובבנים בקהילה, כאלו שלא יוצאים מגדרם כדי להציג את עבודתם, אין הרבה הזדמנויות ידידותיות לחשוף לאוויר העולם את יצירותיהם. כשמתקיים אירוע קהילתי, ולא משנה כמעט מה נושאו, כדאי לשקול לצאת בקול קורא לאותם אמנים מקומיים, לשתף את העשייה שלהם עם הקהילה. לעיתים כל שצריך הוא קיר, קני ציור או מספר שולחנות, בכדי ליצור מקום לאלו שרוצים, אבל מתביישים, או לא פנויים לחשוף את הסיפור האמנותי שלהם.

באם אתם מזהים שיש בקהילה שלכם אמנים שכאלו, כדאי לקבצם לדיון בנושא. ייתכן מאד שתמצאו שם קבוצה שתהיה להוטה להתגייס לפרויקט תרבות ויצירה מקומית.



לפרויקטים שהוצגו במסמך זה ולרבים אחרים יש מגוון דרכי יישום. אנחנו ממליצים בחוף ליצור את הדרך המתאימה והמותאמת לתרבות המקומית, לקהילה ולצרכיה, ולשותפים שלכם לעשייה.

נשמח לכל סוג של פידבק, סיפורי הצלחה ולקחים לשימור ולשיפור. **בהצלחה!**

**מטה רשת מרכזי הקיימות המקומיים**  
[info@kayamut.org.il](mailto:info@kayamut.org.il)

תם אך לא נשלם. במסגרת יריעה קצרה זו בחרנו לשרטט כיוון ליצירת תרבות מקומית, כנגד השפעותיה ומגמותיה של תרבות הצריכה. הצגנו מספר מושגים מעניינים בתחום האלטרנטיבות לתרבות הצריכה ופרטנו דוגמאות לפרויקטים בעלי פוטנציאל ברמה המקומית או ברמת מרכז הקיימות המקומי. יש עוד הרבה אפשרויות - שווקי איכרים, קידום אתרי שיתוף חפצים (יש שניה, אגורה ואחרים), פיתוח מטבעות מקומיים (O-Share, מאמזון ואחרים), סדנאות לפיתוח הסיפור והמורשת המקומיים, יצירת שבילי טיול מקומיים (ראו שבילים מוצלחים בחיפה, חוף הכרמל, ג'יסר אזרקה, אופקים, ירוחם ואחרים) ועוד.



הפנינג מקומי מרכז קיימות גילה



הפנינג מקומי בית שמש



הפנינג מקומי בית שמש

# פרולוג