

ספריות במרכזים דיפלומטיים בישראל: כלים במדיניות חוץ

מנהלת אנקה בדולסקו, הספרייה למדעים מדויקים ולהנדסה ע"ש ניימן אוניברסיטת תל אביב

שפרה ברוכסון ארביב, המחלקה למדע המידע, אוניברסיטת בר-אילן



מאמר זה מבוסס על עבודתה של אנקה בדולסקו בהדרכת פרופ' שפרה ברוכסון ארביב לקבלת תואר שני "כלים במדיניות חוץ: ספריות במרכזים דיפלומטיים בין-תרבותיים בישראל". המחלקה למדע המידע, אוניברסיטת בר-אילן תשע"ח.

מבוא

ספריות ציבוריות היו והנן מקום לעיון וללימוד כמו גם מקום מפגש קהילתי ומוקד להחלפת רעיונות והגיגים, מידע וידע. עם התפתחות המדינאות והדיפלומטיה המודרנית, החלו מדינות להקים מרכזי תרבות דיפלומטיים המהווים מוקד חיוני להפצת תרבותן ושפתן במדינה שבה יש להן ייצוג. מרכזי תרבות אלו הוקמו לעתים כספריות בלבד, ולעתים הספרייה הייתה חלק בלתי נפרד ממרכז פעילות קהילתי תרבותי חשוב. מוסדות תרבותיים בישראל כגון הקונסוליה הבריטית, המכון הצרפתי ומכון גתה הגרמני משרתים את תושבי ישראל הרוצים ללמוד שפה זרה, ואת אלו הרוצים להכיר מקרוב תרבויות זרות באמצעות הספרות, הקולנוע, התיאטרון המוזיקה והאמנות.

עד כה נערכו מחקרים מעטים בנושא ספריות אלו, והם התמקדו בעיקר במרכזי התרבות – בהיסטוריה שלהם, ביסודותיהם, במטרות ובפעילויות הפוליטיות של המרכזים ושל מקימיהם. הסקירה העלתה רק שני מחקרים שהתייחסו לפועלן של הספריות בתוך מרכזי התרבות, - ולמעשה היום ישנם רק שני מחקרים אשר סוקרים באופן ספציפי את הספריות הפועלות בתוך מרכזי התרבות, (Gutierrez Prieto & Segado Boj, 2016; Prieto Gutierrez, 2015). המחקר הנוכחי נועד לחקור את מאפייני הספריות של מרכזי התרבות הדיפלומטיים בישראל, ולבדוק אם הן משרתות את מטרות הדיפלומטיה התרבותית (cultural diplomacy).

סקירת ספרות

דיפלומטיה תרבותית

האופן שבו מדינות מתכננות את המסר התרבותי שלהם במדינות זרות משויך לתחום היחסים הבין-לאומיים, בדרך כלל במסגרת פעילות המכונה **דיפלומטיה תרבותית** (Paschalidis, 2009). יש המגדירים דיפלומטיה תרבותית כפעילויות ומוסדות שמטרתם להרחיב את השפעת המדינה מחוצה לה, בתחום המסחרי והפוליטי כאחד. אחרים מגדירים דיפלומטיה תרבותית כהחלפת רעיונות, מידע, אמנות והיבטי תרבות אחרים בין מדינות, וזאת כדי להגביר הבנה תרבותית (Cummings, 2007). בתוך: (Hurn, 2016). הגדרה שונה לדיפלומטיה תרבותית היא זו של ג'וזף ניי, שטבע המונח **עוצמה רכה** (soft power). – צורת שכנוע אזרחית שהיא ההפך משכנוע באמצעות כוח והפחדה. תחת "עוצמה רכה", דיפלומטיה תרבותית היא אמצעי לחינוך הציבור ומקבלי החלטות לחשיבה חיובית על המדינה המציעה מוצרים תרבותיים (Nye, 2005).

החיבור בין פוליטיקה לתרבות התפתח בתחילת המאה ה-20. כבר לפני מלחמת העולם הראשונה החלו גרמניה וצרפת מתמקדות בהתרחבות תרבותית. בעקבותיהן הלכו מדינות נוספות – בריטניה הקימה את המועצה הבריטית, וארצות הברית את האגף ליחסים תרבותיים בתוך משרד החוץ כדי לתת פרשנות תרבותית למעשה המדיני. במהלך המלחמה הקרה, הדיפלומטיה התרבותית הייתה כלי חיוני בהפצת התרבויות והרעיונות המנוגדים של ברית המועצות ושל ארצות הברית, אולם בשנות ה-70 של המאה ה-20, עם סיום המלחמה הקרה, ירדה קרנה (Kim, 2011).

בשנות ה-80 השתנתה מדיניות החוץ, ודיפלומטיה תרבותית חזרה להיות כלי אפקטיבי. עם עידן מהפכת המידע, הדיפלומטיה התרבותית חשובה מאי פעם, שכן מוצרים תרבותיים הם חלק בלתי נפרד מתקשורת בין המדינות, הן בעקבות גלובליזציה של האוכלוסייה והן בעקבות כלכלה רב-לאומית. לכן, כדי לשלוט בשיח התרבותי הבין-לאומי, על מדינות לשלוט בזרימה של התרבות – כלומר ליצור הפצה של תרבות על ידי מדיניות חוץ (Kim, 2011).

מיתוג המדינה בעזרת הפצת תרבותה, דהיינו לשון, ספרות, אמנות וכלכלה מעצים את המודעות לזהות לאומית ומעלה את הפרופיל הבין-לאומי של המדינה. פרופיל גבוה וחיובי משמעו הכרה וכבוד בין-לאומיים, ומדינה משיגה אותו על ידי הדגשת כל מאפייניה החיוביים והייחודיים. הכוונה היא לזכות בנאמנות על ידי אסוציאציה. למשל כאשר אנו חושבים על צרפת, יש לנו אסוציאציה של אופנה

ובשמים, יינות וקולינריה, גרמניה - טכנולוגיה ואמנות, וסקוטלנד יצרנית הוויסקי. המיתוג הוא בלתי נפרד מהכלכלה, וחברות רב-לאומיות משתפות פעולה עם מדינות כדי להעלות פרופיל משותף (Hurn, 2016).

דגמים של מרכזי תרבות

למרכזי תרבות בעולם יש מטרה משותפת אך ההיסטוריה של כל אחד מהם שונה בהתאם לנסיבות ההיסטוריות והתרבותיות. להלן נסקור מספר מרכזי תרבות חשובים בתרבות המערבית. מפאת קוצר היריעה לא תכלול הסקירה מרכזי תרבות של מזרח אירופה ודרום אמריקה.

מרכז תרבות גרמני ומכון גתה (Goethe Institute)

מאז שלהי המאה ה-19, אימפריות ומדינות חזקות השכילו כאמור, להקים מרכזי תרבות במדינות שבהן שלטו או במדינות שהיו מוקד לאינטרס מדיני. בין המדינות הראשונות שהקימו מרכזי תרבות היו איטליה, גרמניה וצרפת. ההיסטוריון התרבותי הגרמני קרל למפרכט (Karl Lamprecht) הציג לראשונה את רעיון מדיניות החוץ התרבותית בנאום מול ארגון הגרמנים החיים מחוץ למדינה (Association of Germans Abroad) בשנת 1909, כאשר הציע להחליף "שיטות צבאיות מיושנות" ב"רעיון חדש של מדיניות תרבותית" באמצעות "ייצוא רוחני של ידע". אף שעמיתיו לא קיבלו בברכה את דעותיו, רעיונותיו של למפרכט סללו את הדרך להתעניינות הגרמנית בדיפלומטיה תרבותית אחרי מלחמת העולם הראשונה.

מכון גתה (Goethe Institute) נוסד ב-1951 כיורש של "האקדמיה הגרמנית", הוא היה חלק מניסיון לשקם את תדמיתה של גרמניה במישור הבין-לאומי על ידי העברת מסר לגבי החלקים החיוביים ביותר של התרבות הגרמנית (Paschalidis, 2009). בשנות ה-60 החליף מכון גתה את כל מרכזי התרבות הגרמניים האחרים ברחבי העולם ועדכן את תכניות התרבות בנושאי אמנות ונושאים חברתיים ופוליטיים בעקבות מהפכות הסטודנטים של שלהי שנות ה-60. בשנת 1970 הכריז קנצלר גרמניה וילי ברנדט, על הדיפלומטיה התרבותית כעמוד תווך של מדיניות החוץ הגרמנית ובעקבות זאת חתמו מכון גתה ומשרד החוץ הגרמני בשנת 1976 על הסכם המבסס את מעמדו של המכון כארגון תרבותי עצמאי (Varga, 2013).

על פי ההסכם, יש לממשלת גרמניה זכות וטו על פעילויות המכון שאינן עולות בקנה אחד עם מדיניותה, וכי מי שימונה לראשות המכון זקוק לאישור הממשלה. כמו כן נקבע כי השגרירויות הזרות לא ישתמשו בשטחי המכונים כדי לבצע כל עבודה פוליטית, אולם תת-סעיף קבע כי על המכונים להיות נאמנים לנציגות הדיפלומטית הגרמנית-המקומית, להציג כל תכנית תרבותית בשלב תכנונה מול השגרירות ולהזמין את השגריר לכל אירוע. הסכם זה, שאמנם העניק למכון גתה אישור רשמי, גם כבל את הארגון תחת ההשפעה המקסימלית של המדינה (Varga, 2013).

עם נפילת חומת ברלין, ריכז מכון גתה מאמצים במזרח אירופה מתוך רצון להראות לעולם שגרמניה מאוחדת שואפת לזכות באמון תושבי אירופה ואינה שואפת לשליטה אזורית. למרות זאת, עדיין נותרה תחרות איתנה בין מכון גתה, המועצה הבריטית והמכון הצרפתי בתחום השפה במזרח אירופה – ושלוש המדינות ניסו "לזכות" במספר הלומדים הגדול ביותר של שפתן במזרח אירופה ובגוש הסובייטי לשעבר. נפילת הגוש הסובייטי וסיום המלחמה הקרה הביאו לשינוי בשיטת הדיפלומטיה התרבותית, וארגונים מולטילטרליים לקחו על עצמם את מלאכת הגישור הבין-תרבותי בין המדינות. מכוני התרבות היו צריכים לחשוב מחדש על שיטות העבודה שלהם, בייחוד בתקופה של הגדרה מחדש של גבולות באירופה. מדינות החלו לחשוב על עצמן במונחים של חברות מסחריות ולפעול בהשקפת עולם של תחרות גלובלית אסטרטגית כלכלית, למעשה סוג של "דיפלומטיה מסחרית" בה גרמניה לקחה חלק והחלה להקים ארגונים שהיוו שיתופי פעולה בין המגזר הפרטי לממשלתי. בדיפלומטיה מסחרית, המדינות החלו לעסוק במיתוג ארצן, וכך בשנת 2002 יצאו לאור מסמך המדבר על גרמניה כמותג גלובלי וכן ה"המניפסט למיתוג גרמניה", שיתוף פעולה בין מכון גתה ופרסומאי עולמי בכיר (Varga, 2013).

כאמור, מכון גתה היה כלי חיוני במלאכת המיתוג מחדש של גרמניה החל משנת 2002, שאז שלח המזכיר הכללי של המכון מזכר לכל ראשי המכונים, מזכר שבו מתח קווים מקבילים בין מדיניות המיתוג החדשה לבין המטרות המקוריות של מכון גתה. המזכר עודד את ראשי המכונים למצוא את הדרכים הרלוונטיות לסייע במלאכת מיתוג זו. בנוסף, מכון גתה גם סייע בהכנת הבסיס לארגון European Union National Cultural Institutes for Culture (EUNIC) שהוא ארגון מכוני התרבות של האיחוד האירופי. מטה המכון נמצא במינכן, ומכון מחולק ל-12 אזורים גאוגרפיים, כל אחד עם מנהל ומרכז משלו. מתחילת דרכו של המכון, היוו הספריות נדבך מרכזי באסטרטגיה התרבותית – המכון מציע 96 ספריות ברחבי העולם שמטרתן היא לספק תמונה מקיפה של גרמניה על

ידי הפצת מידע בנוגע לחיים התרבותיים, החברתיים והפוליטיים במדינה (Prieto Gutierrez, 2015; Schilbach, 2010).

מרכזי תרבות איטלקיים: אגודת דנטה אליגיירי (Dante Alighieri Society) והמכון האיטלקי לתרבות (Istituto Italiano di Cultura)

אגודת דנטה אליגיירי נוסדה בשנת 1889 קבוצת אינטלקטואלים ששאפו "להגן ולהפיץ את השפה והתרבות האיטלקית ברחבי העולם, להחיות את הקשרים הרוחניים בין בני העם בעולם, ולטפח אהבה והערצה לציוויליזציה האיטלקית בקרב זרים" (<https://ladante.it/chi-siamo.html>). הסניפים הראשונים של אגודת דנטה אליגיירי פעלו בעיקר בנמלי הסחר הגדולים של מזרח הים התיכון – סלוניקי (1890), איזמיר (1891), איסטנבול (1895), קהיר ואלכסנדריה (1896). מקומות ש שיקפו את התפקיד החיוני של הסוחרים האיטלקים והשפה האיטלקית בחיי המסחר האזוריים. בתקופות מאוחרות יותר, מוקמו סניפי האגודה על פי תפוצות המהגרים האיטלקיים בדרום אירופה, בצפון אמריקה ובדרום אמריקה (Paschalidis, 2009). התפתחות נוספת חלה בשנת 1926 כאשר בניטו מוסוליני קרא לסופרים איטלקיים לעמוד בראש "אימפריאליזם רוחני" על ידי הפצת מידע לגבי איטליה החדשה כפי שעיצבה אותה המהפכה הפשיסטית. שלטון של מוסוליני הטיל משימה זו על המכונים האיטלקיים החדשים לתרבות (Istituto Italiano di Cultura), שנשלטו בידי המדינה. מכונים אלו תפסו את מקומה ואת תפקידה של אגודת דנטה אליגיירי, והפכו למרכזי הפצה של תעמולה פשיסטית (Paschalidis, 2009). רק בשנת 1944, לאחר שחרור רומא, חזר משרד החוץ האיטלקי לתפקידו המקורי ומכוני התרבות האיטלקיים חזרו לשרת בתפקיד דומה לזה של אגודת דנטה אליגיירי. כיום המכון האיטלקי לתרבות ואגודת דנטה אליגיירי פועלים במישורים מקבילים. למכון האיטלקי לתרבות יש 90 סניפים ברחבי העולם, בהם 90 ספריות, אשר תקציבן מנוהל במקום ראשי אחד – ברומא (Gutierrez Prieto & Segado Boj, 2016).

המועצה הבריטית (The British Council)

המועצה הבריטית (The British Council) היא הארגון הבריטי הבין-לאומי ליחסים תרבותיים ולהזדמנויות חינוכיות. הארגון, שיש לו סניפים ביותר מ-100 מדינות, הוקם בשנת 1934 כדי להילחם בתעמולה הפשיסטית של גרמניה הנאצית. הארגון מבוסס על ההנחה כי יחסים תרבותיים בונים אמון והבנה בין-לאומיים, מספקים הזדמנויות ליחידים להגשים את הפוטנציאל שלהם ומעודדים שיתוף

פעולה התורם ליצירת עולם יציב יותר (Memis, 2009). בניגוד לתעמולה הטוטליטרית, מטרת התעמולה התרבותית של המועצה הבריטית הייתה לקדם רצון טוב והערכה לתרבות ולסגנון החיים הבריטי בקרב זרים שהיה בכוחם להשפיע על אנשים רבים. מטרת המועצה היו לטווח הרחוק. לדוגמה, ביוון והודו, המועצה תמכה רבות בתנועה ההולכת וגדלה של "אנשים לבריטניה וממנה" כדי להחליף רעיונות ולעודד אימוץ של סגנון חיים מסודר ועשיר יותר (Hampton, 2012).

בימי מלחמת העולם השנייה המועצה שמה לה למטרה להרחיב את היחסים הטובים עם מדינות ניטרליות ולשם כך הגדילה את הייצוג שלה במזרח הקרוב, בצפון אפריקה, בסין ובאמריקה הלטינית, ובתחילת שנות ה-40, המועצה החלה את פעילותה גם באפריקה הקולוניאלית. עם תום המלחמה, היו למועצה יותר מ-30 משרדים, והיא תמכה ביותר מ-100 מוסדות. אם בתחילת שנות פעילותה, התמקדה המועצה בהקמת פרויקטים בריטיים באוניברסיטאות בדרום ומזרח אירופה, בשנים מאוחרות יותר ובשאר חלקי העולם המרכזיים העצמאיים הוקמו עם ספרייה בלב מכלול הפעילויות. דירקטוריון המועצה כלל בין היתר את ליונל מק'קולבין, אחד ממנהיגי ארגון הספריות הציבוריות בבריטניה (Niles Maack, 2001). המועצה הבריטית גם חתרה להרחיב את החשיפה של האוכלוסייה המקומית לספרות, לתיאטרון ולמוזיקה בריטית, זאת עם התמקדות ספציפית בקולוניות הבריטיות בעולם, ובהמשך – להנחלת החינוך הבריטי בכל המדינות התלויות בבריטניה והנשלטות בידיה (Hampton, 2012).

המכון הצרפתי (Institut Français) והאליאנס פרנס (Alliance Française)

צרפת פיתחה את הדיפלומטיה התרבותית שלה בצורה מעט שונה. כוחה בעולם החל לרדת אחרי 1871 (שבה נחלה תבוסה במלחמה עם הפרוסים ומדינות גרמניה), ומדיניות החוץ התרבותית שלה עוצבה כדי להתחרות בבריטניה על השליטה התרבותית בשטחים העות'מניים של המזרח התיכון. בריטניה השתלטה על קפריסין ומצרים אשר היו עד אז בשליטה משותפת של בריטניה וצרפת, וההקמה של Alliance Française ב-1883 שירתה את צרפת היטב כדי להפיץ את התרבות והשפה הצרפתית באזור הים התיכון (Paschalidis, 2009). כאשר האליאנס הרחיב את פעילותו לאפריקה, חברי האליאנס כללו מנהיגים אפריקאים לעתיד אשר ראו את החשיבות בשיפור הקריאה והצרפתית. בשנת 1948 הוקמה הספרייה הצרפתית בדקאר (שהייתה אז חלק מקולוניה צרפתית), ועד שנת 1949 הספרייה כללה 8500 כותרים (Niles Maack, 2001).

כיום מנהלים שני ארגונים את המרכזים התרבותיים של צרפת, תחת המטריה של משרד החוץ הצרפתי. שני הארגונים הם האליאנס הצרפתי (Alliance Française), שהוא הארגון המקורי, ולצדו ה-Institut Francais, המכון הצרפתי, הפועל גם בארץ. המבנה הצרפתי יעיל במיוחד ביצירת כלים תרבותיים, ומהווה מקור השראה למדינות רבות המעוניינות לשפר יחסי חוץ באמצעות דיפלומטיה תרבותית. המכון הצרפתי הפך להיות זרוע התרבות הרשמית של משרד החוץ הצרפתי, ולכן הוא נפוץ יותר במרכזי תרבות בעולם. המכון נוסד ב-1907 וכיום כולל יותר מ-150 מרכזים. הספריות במכונים הצרפתיים נקראות "מדיאטק" (Mediatheque) והן פועלות כרשת, מסתמכות על משרד מרכזי הנמצא בפריז, ונמצאות תחת המחלקה לידע, שפה וספרות צרפתית. הספריות הן ספריות השאלה ופעילויותיהן מקדמות את התרבות הצרפתית בכל מקום שבו הן פועלות. הספריות גם מספקות שירותים לארגונים ולמוסדות, מארגנות אירועי תרבות ומקרינות סרטים (Prieto Gutierrez, 2015).

משרד המידע האמריקאי (United States Information Agency, USIA) ותפקיד ארגון הספריות האמריקאי (American Library Association, ALA) בפיתוח ספריות של מרכזי תרבות

ראשית פעילותה של ארצות הברית בנושא הייתה תחת המשרד למידע מלחמתי (The Office of War Information). עבודת הספרנות במשרד החלה בתקופה שבה דיבר הנשיא רוזוולט על "הכוח ההולך וגובר של ספרים כנשק", ועל כך ש"לא ניתן לנצח במלחמת רעיונות ללא ספרים, כמו שלא ניתן לנצח במלחמה ימית ללא ספינות" (Niles Maack, 2001) (Gutierrez Prieto & Segado Boj, 2016). לאחר מכן סוכנות המידע המשיכה להקים ספריות מעבר לגבולות ארצות הברית. כך למשל בשנות ה-50, הקונסול האמריקני בדקאר, יזם פתיחה של ספרייה אמריקנית. דוגמה נוספת לתפקיד החיוני של הספריות האמריקניות ניתן לראות בספריית בנג'מין פרנקלין במקסיקו סיטי (Benjamin Franklin Library) אשר נפתחה לקהל בשנת 1942. מטרת הספרייה הייתה להוות סמל ידידות בין שתי המדינות, בייחוד בעת שבה אירופה כולה הייתה במלחמה. גם ל-ALA היה חלק בעיצוב מדיניות החוץ האמריקנית ובייחוד בקידום תפקידן של ספריות בתחום הדיפלומטיה, במיוחד בתקופת חקירות מקארתי ב-1953. סנטור ג'וזף מקארתי עסק ברדיפה וחקירת אישים ובעלי תפקידים מתוך חשש להתפשטות הקומוניזם בארה"ב. בפברואר 1953, מקארתי החליט לחקור את תפקידן של הספריות האמריקניות בעולם בקידום ספרות שעשויה לסייע להתפשטות רעיונות קומוניסטים

(Robbins, 2001). השערורייה סביב חקירות מקארתי והצנזורה על הספרים הולידה את מכתב

"החירות לקרוא" (Freedom to read), שהוא אחד מעמודי התווך של ה-ALA עד היום

(<http://www.ala.org/advocacy/intfreedom/freedomreadstatement>). בנוסף לכך, בכנס ספרנים

ב-1953 הוקרא מכתב של הנשיא אייזנהאואר לספרנים, אשר החמיא לספרנים על היותם שומרי חירות

וחופש הביטוי, ובכך העלה את קרנם. ה-ALA היטיב למנף הזדמנות זו כדי להראות את כוחן של הספריות בארצות הברית כמו גם את כוחן של הספריות שמחוצה לה. באותה תקופה וגם שנים לאחר מכן, הצהירו ספרנים אמריקניים שהייתה זו העצמה משמעותית לתפקידם וכי מעולם לא התרגשו כך מעולם הספרנות. יחסי הציבור הללו נתנו כוח למשרד החוץ להוציא הוראה מחודשת לנהוג בשיקול ראש הגיוני בבחירת הספרים והורידו את הלחץ על הספריות בחו"ל. למרות זאת, גם שנים לאחר מכן, ספרנים בחו"ל נהגו בזהירות רבה יותר בבחירת הכותרים, מתוך פחד להיחקר (Robbins, 2001).

בשנים האחרונות עיקר פעילות התרבות הדיפלומטית של ארצות הברית מחוץ לגבולותיה מתנהלת באמצעות מרכזי התרבות האמריקניים (ה-ACC, American Cultural Centers) ובחלק מהמקומות,

מרכזי התרבות הללו עוסקים בין היתר בהזמנת קהלים מקומיים להרצאות בנושאי תרבות אמריקאית, חברה, ממשל, שפה, כלכלה ועוד. כך למשל בסין קיימת תוכנית של המרכז העוסקת בחיבור בין אוניברסיטה בסין לאוניברסיטה בארצות הברית ובחילופי סטודנטים ומרצים ביניהן.

המרכז מעודד ומתקצב תוכנית זו, ומובילה הם שני ספרנים מתוך האוניברסיטה האמריקנית המוכיחים בעבודה זו את התפקיד החשוב שיש לספרנים בהרחבת הידע האקדמי במישור הבין-

לאומי. התוכנית הולידה שיתופי פעולה בין שתי הספריות האקדמיות של האוניברסיטאות (Shao & Scherlen, 2015).

ההתמקדות העכשווית ומטרת המרכזים בעולם היא לפתח פלטפורמות מודרניות יעילות לדיפלומטיה

ציבורית עם קהלים זרים תוך כדי מענה על מטרות מדיניות החוץ האמריקאית (Bureau of

International Information Programs 2016). למשרד יש 700 מרכזים ברחבי העולם, סוגי

המרכזים והפעילויות בעולם מאוד מגוונים, אך המכנה המשותף לכולם הוא התנעת פעילויות בעלות

ערך טכנולוגי וכלכלי בקהילה המקומית, מתוך רצון לסייע לאוכלוסייה המקומית בתחומים של

זכויות אזרח, העצמת נשים, פיתוח טכנולוגי ועצמאות כלכלית. מדי שנה המשרד בוחר מרכזים

ספציפיים המקבלים חיזוק של תקציבים ומשאבים, רובם במדינות עולם שלישי.

ספריות של מרכזי התרבות במאה ה-21

החל מסוף המאה ה-20, בד בבד עם התהליכים הגלובליים של מהפכת המידע והנחלת האינטרנט לציבור הרחב, השתנה גם תפקידם המסורתי של הספרנים, והם החלו להיות חלק בלתי נפרד מעולם מקושר שתפקידו לעשות סדר בים המידע עבור קהל היעד המגיע לספריות. תהליכים אלו תאמו את תפקידם המסורתי של מרכזי התרבות הדיפלומטיים, שהוא למעשה ליצור מרחב בין-תרבותי בין-לאומי ללא התחשבות בגבולות.

ספריות הן המוסדות המתאימים ביותר לתפקיד זה, היות והן חיוניות לפיתוח הקהילה, מספקות גישה לעולם החיצוני, ולעתים אפילו מבטלות גבולות או הגבלות בגישה לידע. גישה לספריות בקהילה היא התגלמות של חירות וחופש ביטוי, סביבת הספרייה היא נעימה ויעילה, והיא מאפשרת למשתמשים לקבל מידע רב בזמן קצר (Gutierrez Prieto & Segado Boj, 2016). יש ברחבי העולם כ-700 ספריות של מכוני תרבות או שהן בעצמן מרכזי תרבות. את הספריות הללו ניתן לסווג בצורה כללית לשני סוגים: ספריות של מרכזים העוסקים בעיקר בלימודי השפה, ביניהן המכון הצרפתי, מכון גתה ומכון סרוונטס הספרדי, וספריות בעלות תחום פעילויות מגוון ורחב יותר, דוגמת כגון המועצה הבריטית, הספריות האמריקניות וקרן יפן (Hiraldo & Pujol, 2001).

ככל שהתבסס מעמדן של הספריות, החלו המדינות המיוצגות להזרים למרכזי התרבות הללו חומרים רבים על תרבויותיהן, מתוך כוונה מוצהרת ליצור דיאלוג תרבותי ומדיני בין המדינות. חומרים אלו, הכוללים ספרים, מאגרי מידע, סרטים ופריטי אוסף מגוונים ש (Hiraldo & Pujol, 2001; Shao & Scherlen, 2015) מצביעים על מטרות משותפות לכל הספריות במרכזי תרבות בעולם:

1. לבנות ולתחזק אוספים מיוחדים, בעיקר בשפת מדינת המוצא, לגבי החברה והתרבות של אותה מדינה;
2. לספק חומרים שיתמכו בלימוד והוראה של שפת מדינת המוצא;
3. לשמש כמרכז מידע לגבי נושאים כלליים או מיוחדים של מדינת המוצא;
4. לקדם שיתוף פעולה וחילופי סטודנטים ובעלי מקצוע בין מדינת המוצא למדינה המארחת.

ספריות של מרכזי תרבות הפכו, אם כן, להיות ספריות ציבוריות לכל עניין ודבר שכן הן משרתות את כלל הציבור. הספריות הללו פתוחות לציבור הרחב והן כוללות סממנים רגילים של ספריות ציבוריות כגון חדרי קריאה, השאלה בין-ספרייתית, אחזור מסמכים, גישה למאגרי מידע וחדרי מחשבים עם

גישה לאינטרנט, פעילויות תרבותיות כגון ערבי קריאה ותחרויות ספרות וכן הדרכות מידע. אוכלוסיית הספריות הללו כוללת בדרך כלל סטודנטים ללימודי תרבות או שפה זרה, מהגרים או גולים (expatriates) ממדינת המקור, ואת הציבור הרחב. מעבר לשירותים ספרייתיים רגילים, ספריות במרכזים תרבותיים מציעות גם שירותים ייחודיים כגון סיוע במציאת עבודה במדינת המקור, סיוע בתכנון נסיעה למדינה, יצירת קשרים אקדמיים בין חוקרים מקומיים ואלו של מדינתם, וכמובן, קידום מקומי של תרבות ורעיונות של מדינת המקור (Gutierrez Prieto & Segado Boj, 2016). על הספרנים בספריות הללו הוטלה המשימה להוות גשר בין האזרחים המקומיים למדינה האורחת, או בין האזרחים הזרים הנמצאים מחוץ למדינתם, כך לדוגמה, ארצות הברית שלחה יותר מ-450 ספרנים ל-170 מרכזי תרבות דיפלומטיים ברחבי העולם (Berry, 2003). תפקידם של הספרנים הללו חיוני לא רק להפצת ידע תרבותי במדינות המארחות, אלא לעתים אף יותר מכך. לדוגמה, מנהל ספריית שגרירות ארצות הברית באיסלאמבד שבפקיסטן סיפר בראיון ל- (Spencer,) Information Outlook (2010) כי מעבר לתפקידה לבנות "גשרים של הבנה" בין המדינות, ולהציע "חלון אל תוך אמריקה" הספרייה מקיימת סדנאות וקורסים ללימוד מקצועי עבור קהילת הספרנים המקומית באיסלאמבד, ונאבקת כדי להעלות את רמתם המקצועית של ספרנים אלו.

ההשפעות הפוליטיות של פעילות זו מובנות, אך ההשפעה המקצועית היא נדבך חשוב נוסף בתפקידן של ספריות זרות דיפלומטיות. ממחקר שנערך בקרב 30 ארגוני תרבות בעולם וספריותיהם, עלה כי אוכלוסיית הספרנים מתחלקת בדרך כלל לשניים – עובדים מקומיים הדוברים את השפה הזרה, ושליחים ממדינות המקור, רובם ספרנים במקצועם ללא קשר למוצאם, אולם השליחים הם אלו הנמצאים בתפקידי ניהול. מספר העובדים בספריות תלוי בגודל המרכז ובתקציב התרבות של כל מדינה (Gutierrez Prieto & Segado Boj, 2016), אך נראה שברוב הספריות יש ספרן מקצועי אחד, לעתים שניים (Hidalgo & Pujol, 2001), והספרן הראשי בדרך כלל הוא שליח של מדינת המוצא. עובדי ספרייה נוספים הם בדרך כלל מקומיים, והם נהנים מתוכנית הכשרה במדינות המוצא. על הספרנים בספריות הללו להיות בעלי ניסיון מקצועי וגישה פתוחה כלפי תרבויות שונות. השפה המקומית אינה תנאי מקדים, היות וניתן ללמוד שפה, אולם דעות מושרשות קשה יותר לשנות. בנוסף, הבדלי שכר והבדלי תנאים בין העובדים המקומיים לשליחים הם מקור נפוץ לחיכוכים.

למעשה, ספרנים מקצועיים במדינות מתפתחות מביאים עמם רוח שינוי ולעתים תורמים באופן בלעדי להתפתחות מקצוע הספרנות במדינת היעד. חשיבות הספריות היא גדולה יותר במדינות

מתפתחות, בהן הן משמשות לעתים כתחליף לספרייה ציבורית, או משלימות אוספי אוניברסיטאות. כאשר ההבדלים בין מדינת המוצא והמדינה המארחת גדולים, הספריות מציעות שירותים ייחודיים שלא ניתן למצוא במוסדות אחרים באזור, כגון שירותי אינטרנט פתוחים ומקורות מידע יקרים.

אוספי הספריות מכילים בדרך כלל חומרים המסייעים ללמוד את שפת המוצא, עם דגש על ספרות עכשווית וקלאסית, מגזינים וכתבי עת אקטואליים, סרטים ומוזיקה, וחומרי יעץ שונים. מדיניות פיתוח האוסף מדגישה בדרך כלל את החשיבות של עדכניות החומר, והפריטים מדוללים מעת לעת. אף כי רוב החומרים הם בשפת המוצא, יש מקרים יוצאי דופן כגון הספריות האמריקניות באמריקה הלטינית, שם ניתן למצוא חומר רב גם בספרדית. ככל שהספרייה משמשת יותר כספרייה ציבורית, כך גדל שיעור החומר שבשפה המקומית. בספריות של מדינות להן שפות הנחשבות לקשות, כגון מנדרינית ויפנית, שיעור ניכר מהאוסף הוא בשפת המקום או באנגלית, גם אם הספרייה שייכת למדינה שאנגלית אינה שפתה. בנוסף לכך, לעתים ישנם ספרים של סופרים מקומיים המתורגמים לשפת המוצא של המדינה, ולהפך – ספרים קלאסיים של סופרים ממדינת המוצא המתורגמים לשפה המקומית. קשרי גומלין אלו בין האוספים והשפות הוא חיוני להבנת ותיעוד הקשרים התרבותיים בין המדינות (Hiraldo & Pujol, 2001).

בעבר שלטו במדינות המארחות מרכזי התרבות של המדינות הגדולות (צרפת, בריטניה, איטליה, גרמניה וארה"ב), אך כיום גם מדינות קטנות יותר, ביניהן רומניה ופולין, פותחות מרכזי תרבות משלהן. כמעט כל חברות האיחוד האירופי מנהלות מרכזי תרבות, בעיקר בתוך מדינות האיחוד האירופי עצמן. כך למשל, לרומניה ופולין יש סניפים בעיקר במזרח אירופה, ובערי בירה נבחרות במערב אירופה. אחד השינויים הגדולים שחלו בתחום בשנים האחרונות הוא הקמתו של ארגון European Union National Institutes for Culture – EUNIC (<https://www.eunicglobal.eu>), הארגון הוקם בשנת 2006 בעבודה משותפת של כל מרכזי התרבות במדינות האיחוד האירופאי, ואפשר שהוא הצעד הראשון בהקמה עתידית של מרכז תרבות אירופאי משותף (Paschalidis, 2009).

התוכנית האסטרטגית של EUNIC לשנת 2025 היא להפוך מרכזי תרבות לכלי העיקרי והחשוב ביותר לדיפלומטיה תרבותית באירופה. לשם כך, חברי הארגון צריכים לזהות נושאי עבודה אסטרטגיים גיאוגרפיים משותפים וליצור בתוכם קבוצות עבודה המכונות "אשכולות" (EUNIC Strategic Framework, 2015) מדי שנה, הארגון מעניק תקציב לאשכולות לפי הצעות מנומקות ותוכניות עבודה.

מהסתכלות בתוכניות שהוגשו ואושרו מאז 2016 (<https://www.eunicglobal.eu/clusters#cluster->)

([what-is](#)) אין ביניהן נגיעה לתחום הספריות, אולם בשנת 2017, הארגון קיים סדנת עבודה בגרמניה בנושא ספריות ויחסים תרבותיים. הסדנה איחדה מנהלי ספריות של מרכזי תרבות (מכון גתה, מכון סרוונטס, המכון הצרפתי, המועצה הבריטית, המכון האיטלקי ומשרד החוץ ההונגרי), ואפשרה לחלוק ידע מקצועי ורעיונות כיצד לשפר את הספריות המיוחדות הללו בעתיד הקרוב (EUNIC Knowledge Sharing Workshops, 2017). מתברר שגם בעידן גלובאלי שבו יש טכנולוגיות מידע משותפות יש עדיין לספריות הדיפלומטיות תפקיד בקרוב תרבותי.

שאלות המחקר

מטרת המחקר הייתה לאפיין את המטרות, את היעדים, ואת אופן הפעילות של ספריות מרכזי תרבות דיפלומטיים בישראל, תוך כדי בחינה של סוגי השירותים, קהל היעד והתפקיד הדיפלומטי אותן ממלאות הספריות הנמצאות בתוך מרכזי תרבות אלו. לשם כך נשאלו חמש שאלות:

- א. מהם המאפיינים של ספריות הנמצאות בתוך מרכזי תרבות דיפלומטיים בישראל מבחינת מבנה, פיתוח אוסף, קהל יעד, תפקיד בתוך הארגון, התנהלות והשקפה?
- ב. מה הם היעדים והמטרות של הספריות הנמצאות בתוך מרכזי תרבות דיפלומטיים ?
- ג. מה הם סוגי המידע ודרכי ההפצה וההנגשה של מידע זה, ומהם השירותים והפעילויות שהספריות מציעות לקהל היעד?
- ד. כיצד משרתות הספריות את קהל היעד שלהן, והאם יש התאמה למדיניות החוץ או ליעדי משרד החוץ הרלוונטי?
- ה. במה משתקפת החשיבות שמדינת המוצא מייחסת לספריות אלו, והאם היא מתבטאת בתחומים כגון הקצאת משאבים לפעילויות, תקציב וכוח אדם?

שיטת המחקר: מחקר איכותני משולב - ראיונות וניתוח תוכן

מחקר איכותני מתבצע בסיטואציות אותנטיות ומציעה נקודת תצפית על העולם. חוקרים איכותניים מתבססים על תופעות הנחקרות במיקום הטבעי שלהם (Denzin & Lincoln, 2000) בתוך שקדי, (2003), ומנסים לצייר תמונה שלמה המתארת את התהליכים מנקודת מבטם של הנחקרים. זאת בניגוד למחקר כמותי, המנסה למדוד בצורה אובייקטיבית את השינויים המתרחשים במהלך המחקר (צבר

בן-יהושע, 1997). שיטת המחקר האיכותני נבחרה מכיוון שבשיטה זו הנתונים נשאבים מהמערך הטבעי והחוקר עצמו הוא המכשיר המחקרי העיקרי ביכולת הקליטה שלו, ברגישותו, בפתיחותו ובתובנותיו (צבר בן-יהושע, 1997).

מחקר זה נערך באמצעות ראיון חצי-מובנה. ראיונות חצי-מובנים מציעים גישה גמישה לתהליך המחקר. הם כוללים נושאים קבועים מראש, אך מאפשרים גם לתשובות בלתי צפויות ולנושאים חדשים לצוץ באמצעות שאלות פתוחות. ניסוח השאלות גמיש ומאפשר למראיין לבצע הבהרות בשטח (Ryan, Coughlan & Cronin, 2009). ניתוח הראיונות מוצג להלן בלשון זכר לצורכי נוחות אך הכוונה גם למרואיינות. כמו כן בנוסף לראיונות השתמשנו בשיטת ניתוח תוכן של אתרי המוסדות המתאימים, שיטה המאפשרת הבנייה של מערכת קטגוריות של היבטים בולטים בחומר הנבדק (צבר בן-יהושע, 1997). קטגוריות המחקר שעלו מניתוח האתרים הם: מטרת המכון וחזונו, הכללתה של הספרייה בחזון, גישה לקטלוג מקוון ומשאבים אלקטרוניים.

אוכלוסיית המחקר

במחקר השתתפו תשעה ספרנים וספרניות תשע- ספריות של מרכזי תרבות של המדינות הגדולות המקיימות יחסים דיפלומטיים עם ישראל. כל המרואיינים מנהלים ומתפעלים את הספריות של מכוני התרבות הללו. המרואיינים בקשו לשמור על אנונימיות ועל כן הם מזוהים באות בלבד. הציטוטים מן הראיונות הובאו כלשונם, אך יש לזכור שרוב המרואיינים אינם דוברי עברית ילידיים ולכן יש וימצאו שגיאות דקדוקיות. בנוסף לניתוח התוכן של הראיונות, התבצע ניתוח תוכן על אתרי האינטרנט של מרכזי התרבות עם התייחסות מרכזית לאתר הספרייה שבתוכם.

ניתוח הנתונים

ניתוח הנתונים כרוך בחלוקת המידע לחלקים תמטיים ובארגון חלקים אלו מחדש לפי סדר אנליטי ברור, כאשר כל חלק תמטי מהווה יחידת משמעות (שקדי, 2003). ניתוח נתוני הראיונות והאתרים נעשה באמצעות שיטת ניתוח תוכן (Thematic Analysis), או ניתוח נושאי, על פי שקדי (2003). ניתוח זה מזהה מסרים החוזרים על עצמם, ומסרים אלו הופכים לקטגוריות או תמות לניתוח. הקטגוריות נובעות משאלות המחקר, מאופי החומר המנותח ומטכניקות איסוף הנתונים (צבר בן יהושע, 2001). המידע במחקר איכותני-קונסטרוקטיבי אינו נאסף לפי קטגוריות שנקבעת מראש, ולכן אין במחקר השערות. התהליך מתפתח תוך כדי המחקר ומוקדי הנושאים ההופכים לקטגוריות.

ממצאים

להלן נתייחס לניתוח הראיונות ולניתוח האתרים.

1. ניתוח הראיונות - לקטגוריות

בחלק זה נחלק את תוכן הראיונות לשבע קטגוריות משותפות. כל מידע אשר עשוי לזהות את המראיינים הוסר מניתוח זה והוחלף בשלוש נקודות בתוך סוגריים מרובעות – [...].

א. קהל קוראים

אחד המאפיינים הבולטים ביותר בכל הספריות, היה הפער בין קהל הקוראים המצוי לרצוי, ובייחוד פער הגיל בין קהלים אלו. ברוב הספריות קהל הקוראים הוא מאוד מבוגר, בדרך כלל עולים ותיקים מהמדינה אליה המכון משתייך, וזהו קהל אשר רגיל להגיע ולשאול ספרים אך לא לאירועים המאורגנים על ידי הספריות. מפאת גילם, מתמעטים והולכים ביקוריהם בספרייה, וכך "[...] הזקנים באים או שולחים את הילדים כי הם לא יכולים לצאת מהבית. מהעלייה הגדולה האחרונה זה היה בשנות השישים, הם כמעט לא באים". "הדור הצעיר יש להם גישה לספרים אלקטרוניים או להזמין ברשת, אז הם לא באים לספרייה. הדור הישן יותר מחובר לספרייה מהדור החדש. וזה גם התפתחות טבעית בחברה שלנו, חבל שזה כך, אבל זה ככה, זה טבעי שצעירים לא רוצים לבוא לספרייה".

הספריות גם חשובות לקהל המבוגר כדרך לשמר על את שפת ארץ המוצא: "זה יותר עולים שרוצים לשמר את השפה. למשל פגשתי חבורת נשים שחיות פה כבר 30 שנה, והן ממש עושות מאמץ להגיע לפה. אחת מגיעה [...] פעם בחודש, לוקחת חמישה-שישה ספרים וחוזרת בחודש הבא". על אף העובדה שיש עולים ממדינת המקור חלקם לא מודעים לתרבות הספרייה: "זה לא פשוט כי, בואי נגיד שיש הרבה עולים [...] בישראל, אבל זה לא אומר שחלק מהתרבות שלהם היא לבוא לספרייה ואנחנו רואים את זה". "זה מאוד קשה להביא אנשים לספרייה, אנשים לא מודעים לקושי לחשוף את הקהל לספרייה".

עם זאת, מתברר שאוכלוסייה מבוגרת מאוד איננה פתרון לקיום ספרייה תוססת בה מעוניינים הספרנים: "...וזאת אחת הבעיות שלנו, למשוך קוראים חדשים, ככל שהאוכלוסייה שלנו מזדקנת, הם כבר לא כל כך באים, ואנחנו מאבדים אותם וקשה לנו למצוא קהל לספרייה. לכן יש פחות עובדים..." ואכן, ניכר קושי להביא לספריות קהל קוראים צעיר יותר ו"ישראלי" יותר, ואין הן עומדות באחת ממטרותיהן שהיא למשוך קוראים שאינם מכירים את התרבות כחלק ממשימת הדיפלומטיה

התרבותית של המכונים. "...פה יש הבדל בין מי שאנחנו רוצים שיגיע לפה, ומי שהוא קהל היעד שלנו, לבין מי שבאמת מגיע. קהל היעד הוא ישראלי כי המטרה שלנו היא לקדם את הערכים המשותפים שלנו וישראלי". יש לציין כי לכל הספריות יש גם קהל תלמידי שפות הלומדים במכון ומקבלים מנוי לספרייה כחלק מחבילת ההרשמה לקורס. זהו הקהל ה"משתלם" ביותר מבחינת תקציבית, היות וקורסי השפות יקרים הרבה יותר ממחירי המנוי לספריות.

המשתמשים הנוספים הם הצעירים: ילדים ונוער. זהו קהל יעד נוסף אליו רוב הספריות מכוונות את פעילויותיהן. ברוב הספריות נפתחו פינות קריאה לילדים, מתקיימות שעות סיפור, תורגמו ספרי ילדים משפת המקור לעברית/ערבית, ונרכשו אוספי קומיקס וספרות נוער מגוונת. רצון זה לא תמיד מתיישב עם יכולות השיווק המצומצמות של הספריות, עם נגישות קהל זה למבנים (בניין משרדים בלב עיר סואנת אינו בהכרח מקום מזמין או מתאים לילדים), או עם "היצע" הילדים שמסוגלים לקרוא בשפת המקור – עדיין רוב האוסף. כלומר, יש כאן סתירה כלשהי בין הרצון להגיע לקהל צעיר יותר מתוך ההבנה שזוהי הדרך היחידה עבור הספריות לשמור על רלוונטיות, לבין ההתנהלות היומיומית שמתקשה לבטא רצון זה. "לצערי אין שיעורים לילדים ואני חושבת שזה חבל, והכל מאוחר בערב, בשש אחרי העבודה, ובשישי בבוקר". "יש ספרי נוער וילדים. בהתחלה חשתי שלא נוכל להכניס, אבל עכשיו הכנסנו ואנחנו מאוד שמחים מזה כי יש ביקוש". "יש עכשיו גם קבוצה קטנה של הורים שבאים עם הילדים, ויש פה שעת סיפור לילדים שלהם, וזה מעניין כי ההורים לא דוברים [...], אבל חשוב להם שהילדים ידברו [...]".

ב. דיפלומטיה ספרותית – בין עברית לשפת המכון

אוספי ספרות המקור המתורגמת לעברית והספרות הישראלית המתורגמת לשפת המקור הקיימים בכל הספריות בצורה או כמות זו או אחרת, הם מכנה משותף נוסף. כל המרואיינים הבינו את הערך שיש בכך שהספרות של ארצם תגיע לקהל הישראלי בעברית, ולערך שיש בתרגום ספרות ישראלית לשפת המקור כדי ליצור את החיבור והדיאלוג בין שתי המדינות. לרוב הספריות יש תחרויות תרגום, פעילויות לעידוד תרגומים, פרויקטים המעניקים מלגות למתרגמים ישראלים או זרים, וכד'. בחלק מהספריות, הספרנים אחראים גם לתחום הספרות ולקשר עם ההוצאות לאור בישראל, לכן מתוקף תפקידן תחום זה מדבר אליהן. במכון ג', חלק גדול מהאוסף הוא של סופרים ישראלים הכותבים בשפת המקור. בחלק מהספריות, ההבנה לגבי חשיבות הדו-לשוניות של הספריות הובילה לרכישת סרטים ישראלים וזרים עם כתוביות או דיבוב בשפה השנייה. במעט מהספריות יש גם ספרות וסרטי ילדים באותה צורה. "...אבל אני נלחמתי עם [...], והחלטנו שאנחנו שומרים ומטפחים ספרות

ישראלית כגשר בין התרבויות, שזה גם התפקיד שלנו. הרבה [...] לא קוראים עברית, זו שפה קשה, [...] אנו מתרגמים [...], אז יש לנו פה גם ספרות [...] מתורגמת מעברית. מצאתי פתרון בקטלוג לכתוב הערה שמדובר בעניין [...], שאם מישהו יבוא ממשרד החוץ [...] ויגיד למה זה פה, אני אגיד שזה נותן מענה לצורך המיוחד, לקהל המיוחד שלנו". ומרואיין אחר אמר: "יש גם אוסף של סופרים ישראלים מתורגמים [...]. כמעט הכל יש כאן. בנוסף יש פה מחלקה של ספרים [...] מתורגמים לעברית. אז יש בכל זאת את הסדרות האלה שהן ייחודיות לאותה מדינה. וככה תמצאי בכל מדינה. זה לא מוכרח להיות, אבל זה ככה היום ב-99% מהמקומות, כי זה לקח זמן עד שהסכימו שיהיו ספרים לא מקוריים כלומר מ[...] , אבל היום מבינים את החשיבות... אז היינו מאוד שומרים על השפה [...] , אבל היום לפי דעתי הרבה פחות, אנחנו רואים שאנחנו מרוויחים אם אנחנו מכניסים יותר שפות". יש מכונים המרחיקים לכת ומציעים מימון לתרגום לעברית: "יש ספרים בעברית של סופרים [...] , יש גם אפשרות לסיוע כספי תמורת תרגום ספר [...] לעברית, בהחלטת [...] . ולא השתמשתי בזה מאז 2015 כי אין לנו מבקשים, ומי שכן הגיש רצה לתרגם ספרות מאוד ישנה ואנחנו רוצים לתרגם ספרות חדשה יותר, ובשבוע הבא יש לנו פגישה [...] , ונביא להם קטלוג עם ספרים חדשים כהצעות".

רוב המרואיינים דיברו על מעבר משמירה על שפת המקור ולעיתים חוסר יכולת להכניס לאוסף ספרים שאינם בשפת המקור, משום שהנהלות המכונים (בעיקר המטה, הקובעים במידה רבה מדיניות אוסף עבור כל הספריות בעולם) מבינים את אט אט כי לספרות זרה בעברית (ולהפך) יש ערך גדול הרבה יותר להרחבת קהל הקוראים וחשיפת האוכלוסייה המקומית לתרבות. בחלק מהמכונים היוזמה הייתה של הספרנים, ובחלק תוצאה של שינוי לאורך זמן. המגמות הדיפלומטיות של החדרת שפת ותרבות ללא מעורבות עם השפה המקומית אינן עומדות במבחן המציאות, ואילו עצם העובדה שישראלי המבקר במכונים הללו אפילו להשאלת ספר עברי נחשף, ולו לרגע, לתרבות שאותה מייצגים הספרייה והמכון.

ג. בעיית התקציב

בעולם כולו התקציבים לספריות הולכים ומתמעטים, והדבר נכון לכל סוגי הספריות – אקדמיות, ציבוריות ומיוחדות. גם ספריות במכונים תרבות עומדות בפני אותה בעיה. עם קהל קוראים הולך ומתמעט, ומשאבי מידע חלופיים חופשיים ברשת, על הספריות להיאבק כדי למצוא הצדקה חדשה לקיומן.

במחקר זה, המרואיינים דיברו על היכולת לרכוש ספרים רק פעם בשנה, על ניסיונות להשיג ספרים ללא תשלום מהוצאות לאור, על ההמתנה למאזן בסוף השנה כדי לראות אם נשאר כסף עבור

הספרייה (כלומר זוהי החוליה האחרונה בשרשרת), ובעיקר על היצירתיות בניהול ספרייה עם תקציב מועט. חלק מהספריות אינן רוכשות ספרים כלל ומתקיימות רק מתרומות, או העבירו את אופן פעילות הספרייה לאפיקים אחרים (כגון סדנאות מידענות), וחלק מסתמכות על הפלטפורמה האלקטרונית שתסייע בהחייאת האוסף. "המכון [...] הוא אמור להיות עצמאי כלכלית, והכסף בא מתוך הקורסים. בדרך כלל יש ספרייה במכונים. באופן אידאלי הכסף בא מהקורסים או פעילויות אחרות, ומקבלים סיוע ממשלתי, אבל העזרה הפכה היום להיות קטנה הרבה יותר בגלל המשבר הכלכלי, פעם הסיוע היה יותר גדול ממה שמרוויחים בקורסים והיום זה בלתי אפשרי. היום יש התנהגות אחרת. לפני חמש עשרה או עשרים שנה היה את העניין הזה, [...], יש לך כסף והיום זה בלתי אפשרי. יש חשיבה מאחורי כל אירוע, ויש דברים שאי אפשר לעשות".

ד. שיווק פעילויות הספרייה

כל הספריות משתמשות ברשת הפייסבוק לשיווק פעילויותיהן, ואכן זהו הפתרון הנוח, הנגיש והזול ביותר, ואין ספק שעמודי הפייסבוק מעניקים לספריות חשיפה גבוהה יותר משהיו זוכות לה באמצעי שיווק או תקשורת אחרים. "יש עמוד פייסבוק של המכון, והספרייה היא חלק גדול ממנו, וכשיש אירוע מיוחד אז הספרייה מוזכרת בו". ספרייה אחת ציינה כי אינה יכולה מסיבות אבטחה לשווק את הספרייה בדרכים נוספות דיגיטליות ומסתמכת רק על "מפה לאוזן", ועל כך אמר אחד המרואיינים: "זה עקב אכילס שלנו, כי כל פעם שמגיע לפה מישהו חדש הוא אומר - וואו איך לא ידעתי על הפעילות שלכם? לא כל כך אפשרי עבורנו לצאת בפרסומות, בטח שלא בכלי תקשורת, צריך ממש אישור מיוחד לזה, אז בעיקר בפייסבוק, או מפה לאוזן. יש ניוזלטר אבל זה רק למי שכבר מכיר ונרשם". ספרייה אחרת משווקת את הפעילויות בתקשורת ישראלית מקומית הכתובה בשפת המקור, אך עיתונות זו פונה לקהל יעד מבוגר שככל הנראה כבר מגיע לספרייה.

ה. הספרייה כמרכז הפעילות של המכון

רוב הספריות בהן ביקרנו מעוצבות בצורה המאפשרת לקיים בהן הרצאות ופעילויות קבוצתיות. בדרך כלל מוצבים שולחנות וכיסאות במרכז החדר, לפעמים שורות של כיסאות עם במה למרצה, ולפעמים מדפי הספרים צמודים לקירות כדי לאפשר ניצול מקסימלי של השטח לאירועים. בעקבות זאת, הרבה מפעילויות המכון (בעיקר המכונים הקטנים יותר) מתקיימות בתוך הספרייה, גם אם הפעילות אינה קשורה בהכרח לספרייה. הספרנים שמחים על כך, ומעוניינים לעודד שימוש של השטח עבור פעילויות נוספות. כדברי המרואיינים: "הצגות ספרים, הרצאות, הספרייה היא מקום הפעילויות של המכון [...]". "אנחנו מארגנים השקות ספרים של סופרים [...] ואנשים מעוניינים לקרוא עוד מהספרים

שלהם... וזאת דרך לפתוח עבורם את השער לספרות [...]. מתברר שגם פעילות כמו מועדון ספר מתקיימת בחלק מן הספריות, כשהספר בשפת המקור או התרגום: "פעולה מאוד מוצלחת התחלנו בשקט אבל היא מאוד מוצלחת, זה מועדון [...] פעם בחודש, מגיעים מוכנים. הביא לנו קהל חדש. קוראים ספר [...] אבל לא חובה לקרוא אותו ב[...] ולכן יש פה אוסף ספרים בעברית - ויש פה גם אוסף ספרים בעברית של סופרים [...], ואוסף ספרים [...] של סופרים ישראליים, והמכונים בישראל הם היחידים בעולם שקיבלו אישור לקנות ספרים לא של סופרים [...] מקומיים... המועדון מתקיים בעברית, מדברים בעברית כי רצינו שאנשים חדשים יבואו ולא רק מי שיודע [...], אבל כמעט כל מי שבמועדון יודע [...] כולם למדו פה". גם הילדים לא נשכחים: "בימי [...] יש סדנה [...], הרבה ילדים בסדנה, הרבה רעש, ואז בסוף נשארים לספרייה"

ו. קהל קוראים ייחודי בישראל

למכונני התרבות בישראל יש קהל ייחודי והוא העולים. העולים שונים ממהגרים במדינות אחרות, היות ומאז קום המדינה הציפייה מהעולים הייתה שייטמעו לחלוטין, וישאירו מאחור את ארץ המוצא שלהם, את תרבותה ואת שפתה. זהו קהל יעד מושלם עבור הספריות מכיוון שהם דוברים את השפה ומסוגלים להתמודד עם האוסף, אך לא זה הקהל שהמכון מחפש שכן הוא כבר מכיר את התרבות, ומטרת המכונים והספריות היא להגיע לישראלים שאינם מכירים את תרבותם. יש לזכור גם שנראה שרוב גלי העלייה לישראל הסתיימו, העולים הוותיקים מזדקנים אט אט וילדיהם ונכדיהם כבר אינם דוברים את השפה, לכן אין בינם לבין המכונים קשר או תלות כלשהי. מעט מבני הדור השני של העולים מגיעים לספריות ומעוניינים לשמר את השפה אצלם ובייחוד אצל ילדיהם, אך מדובר במספרים מעטים. "האוכלוסייה [...] בארץ מתבגרת, אבל אנחנו רוצים להציל את המורשת... מנסים לעודד תרגום יצירות [...] לעברית, בעזרת תחרויות. יש בארץ פחות ופחות דוברי [...]". "במקרה הזה יש משמעות מיוחדת, כי רובנו אנשים שעלו לארץ ויש עדיין הרבה שמגיעים לארץ אז זה קשר בין התפוצות וישראל". יש גם לקחת בחשבון שרוב המכונים נמצאים באזור המרכז בערים הגדולות, ועולים רבים נשלחו לחיות בפריפריה בדרום ובצפון, והמשפחות השתקעו וחיות שם עד היום, ואינן מגיעות למרכז בשביל המכון. חלק מהמרואיינים ציינו כי גם כשיש גלי עלייה חדשים, העולים לא מעוניינים במיוחד בספרייה, בדומה לצעירים רבים בימינו, "כי העולים החדשים הצעירים לא קוראים או שיש להם קינדל, ואני מאוד בעד, כי זה ההווה והעתיד. זה הדבר הכי נכון". זה לא פשוט כי, בואי נגיד שיש הרבה [...] בישראל, אבל זה לא אומר שחלק מהתרבות שלהם היא לבוא לספרייה ואנחנו רואים את זה". עם זאת, חלק מהמרואיינים ציינו כי הם כן רואים איזושהי החייאה של השפה אצל הדור השלישי (ילדים ונוער), ואף עלתה השערה שמדובר בתהליך טבעי של מהגרים – בהתחלה

רוצים להיטמע באוכלוסייה המקומית, ולאחר ההטמעה, ישנה מסוגלות חדשה לחזור לתרבות המקור ולא להתבייש בה. "אני חושבת שתרבות [...] מקבלת עכשיו החיאה בישראל, וזה לא היה ככה לפני [...] כשהגתי לארץ, אולי מכל מיני זמרים, פתאום זה נהיה מעניין". "...וכן אני חושבת שרוב ההורים, הם ילדי עולים, אבל הם לא דוברים [...]. כי לפני כן זה לא היה חשוב, וזה היה, קראתי שאנשים רצו להיטמע לתוך החברה הישראלית, והם עשו מאמץ להיות חלק ולדבר עברית, אבל עכשיו הילדים שלהם מבינים כמה חשוב להחיות את השפה והקשר למורשת, אז למרות שהם לא דוברים את השפה, הם רוצים שהילדים שלהם ידברו...".

ז. תפקידו של הספרן בקידום יעדי מדיניות החוץ של המכון

כל המרואיינים מודעים לתפקיד של מכוני התרבות בארץ, וגם לתפקידה של הספרייה במדיניות החוץ של המדינה. חלקם מעורבים בפעילויות נוספות של המכון ומשמשים בתפקידים אחרים, אך רובם בעלי תושייה ויוזמה רבה לקידום התרבות באמצעות הספרות. "...להנגיש לכמה שיותר אנשים לספרות [...] ובטח לתלמידי השפה שלנו. וזה גם כלי דיפלומטי, כי אנחנו מנסים לטפח את היחסים הבינלאומיים בין ישראל [...], גם בין היתר באמצעות מחלקה גדולה יחסית של ספרות ישראלית [...], אבל גם להיות כשער פתוח למי שרוצה ללמוד יותר על התרבות [...]".

חלקם חושבים "מחוץ לקופסא", לא על הספרייה כמקום אליו באים לקרוא, אלא על הספרייה כ"ויטרינה" (כפי שאמרה אחת המרואיינות) של שפה ותרבות, לכן הם מנסים לשווק את הספרייה אל מחוץ לקירותיה לקהל כמה שיותר רחב. "לפי דעתי המכון הזה משחק תפקיד חשוב בדיפלומטיה עם מדינות כמו ישראל, בייחוד כאשר יש מתחים ואנטישמיות [...], אז אנחנו מקדמים קשרים תרבותיים – מזמינים סופרים ישראלים לבוא לפה, ויש לנו כאן מבחר קטן של סופרים [...] בעברית ומעט מאוד סופרים ישראלים מתורגמים [...] זה לא הרבה אבל זה משהו". ומוסיף מרואיין נוסף: "כן, אני ממש התרשמתי לטובה, כי הספרייה היא ממש המקום המרכזי של המכון, כי היא גם מקום לאירועים. כי רוב האירועים הם קשורים לספרות או לשפה".

2. ניתוח תוכן אתרי הספריות

בחלק זה נדון במידע המצוי באתרי הספריות חלק מן האתרים עצמאיים וחלק מצויים בתוך אתרי המכון :

אתרי הספריות והמכונים - חזון הספרייה

מתוך הסתכלות כללית על אתרי המכונים בישראל, ניתן לראות כי לכולם מלבד אחד יש מטרות מוצהרות ספציפיות לישראל, הכוללות חשיפה לתרבות מדינת האם ולימוד השפה ואף חלקם מזכירים את הספרייה במטרות ויעדים אלו. נתון זה מצביע על חשיבותה של הספרייה ליעדי מדיניות החוץ של כל מכוון.

מידע על אודות הספריות

חשוב להתמקד בעמודי הספריות בתוך כל אתר, מכיוון שעמודים אלו הם לעתים קרובות המפגש הראשון של הקורא עם הספרייה. מלבד מכוון ג', כל עמודי הספריות מסבירי פנים, ידידותיים למשתמש. עמודים אלו פשוטים, אינם עמוסים בגרפיקה מיותרת, ויש בהם פרטים ליצירת קשר ונהלי השאלה (כולל עלויות). למרות זאת, יש מקום לשיפור בהבלטת מקומה של הספרייה בפעילויות המכונים. ברוב האתרים אין התייחסות לספרייה בצורה ישירה, בהזמנה לפעילות או בפרטים עליה. בחלק מהמכונים, הספרייה היא מקום המפגש ההולם ביותר לפעילות. הספרייה אכן חיונית בפעילות המכוון, אך דבר זה אינו משווק כלפי חוץ. יתרה מכך, קורא המעוניין להגיע רק לפעילויות המאורגנות על ידי הספרייה, יתקשה להבחין בינו לבין פעילויות אחרות של המכוון. אך ייתכן כי היבט זה מראה על עבודה משותפת של כל הגורמים במכוון ללא הפרדה מיוחדת בין מדורים. יש לציין כי דפי הפייסבוק של המכונים הם המקום לקבלת מידע עדכני ולמעקב אחרי הפעילויות. גם במכונים בהם האתרים דלים במידע רלוונטי, עבודת השיווק האמתית מתרחשת ברשת חברתית זו.

גישה לקטלוג מקוון ומשאבים אלקטרוניים באתרי הספריות

קטלוג הספרייה בעידן של מידע חופשי הוא דבר חיוני לספרייה, ועליה להציג בפני כל מי שמתעניין באוסף ובמהות הספרייה. ואכן, לשבע מתוך תשע הספריות שבדקנו יש קטלוג מקוון אליו אפשר להגיע דרך אתר הספרייה. בשלוש מתשע הספריות אף מאפשר חיפוש באוספי הספריות האחרות של המכוון בעולם, מתוך שאיפה לשקיפות מלאה. מרבית הקטלוגים (6) מאפשרים לצפות בזמינות הפריט, להזמין ולהאריך פריטים מושאלים. כמעט כל הפלטפורמות היום מאפשרות לקורא לבצע פעולות אלו, אך מתברר כי בחלק מהספריות לא משתמשים בכל הפונקציות העומדות לרשות הספרן, ומבקשים מהקורא להתקשר או לשלוח מייל כדי להאריך את זמן ההשאלה או להזמין ספר. ייתכן כי מדובר בקהל קוראים מתקשה טכנולוגית.

לספרייה במאה ה-21 חשוב שתהיה היכולת להנגיש משאבים אלקטרוניים, ובין תשע הספריות שבדקנו, רק שלוש מציעות פלטפורמה דיגיטלית מלאה עם משאבים אלקטרוניים מתאימים לאוסף

הכולל ספרים אלקטרוניים. הפלטפורמות הללו מאפשרות לספריות להגיע לקהל יעד צעיר ומגוון יותר, ולהציע מגוון עצום של חומרים ללא עלות רכישתם (בדרך כלל הפלטפורמות נרכשות על ידי מטה המכון), ואחזקתם בספרייה (אשר אינה גדולה בדרך כלל).

דיון ומסקנות

מכוני התרבות הגדולים החזיקו ספריות בנציגויותיהם בעולם, שכן ספריות היו משחר ההיסטוריה מקום מפגש של רעיונות ומילים, המקום בו התרבות והשפה פוגשות אחת את השנייה בתוך דפיו של ספר.. מטרת מחקר זה הייתה לחקור את מאפייני הספריות של מרכזי התרבות הדיפלומטיים בישראל, מבחינת ארגון, פיתוח אוסף, וקהל יעד ולבדוק אם הספריות משרתות את מטרות הדיפלומטיה התרבותית.

מעט מאוד מחקרים נעשו לגבי ספריות אלו עד היום. בסקירה נמצאו שלושה מאמרים שעסקו בראייה רחבה של הספריות במבט עולמי (Hiraldo & Gutierrez Prieto & Segado Boj, 2016; Pujol, 2001; Shao & Scherlen, 2015; Rotund, 2008), ועוד קומץ מחקרים על ספרייה ספציפית אחת (Rotund, 2008), בדרך כלל במבט אישי כלשהו של הכותב.

מתוך המחקר הנוכחי עולה כי רוב הספריות מאופיינות באוספים מקיפים של ספרות יפה בשפת המקור, וספרות מתורגמת משפת המקור לעברית, ומעברית לשפת המקור. רוב הספריות מנסות להחזיק אוסף סיפורת חדש ומעודכן ככל שאפשר, ולהנגיש אוסף זה לקהל הקוראים בכל צורה אפשרית מבחינה תקציבית, אם באמצעות קטלוגים מקוונים, שיווק ברשתות חברתיות, ומפגשי סופרים והשקות ספרים בספרייה. ציבור הקוראים של הספריות מורכב ברובו מעולים מבוגרים ממדינות המקור של המכונים, מתלמידים הלומדים שפות במכון, ובמידה פחותה משפחות צעירות שהן דור שני בארץ ומעוניינות לשמר את שפת המקור עבור ילדיהן. הספרנים היו מעוניינים להגדיל קהל זה, והם עושים זאת על ידי הקדשת פינות והקמת אוספים מיוחדים לילדים ולנוער. רוב המכונים הם עמותות מסובסדות על ידי מדינתם, ונמצאות בתפר שבין הצורך לענות על התכתיבים של משרד החוץ שלהן ושל השגרירות שלהן בישראל, לבין הצורך להיות יחידה רווחית בעידן של צמצום תקציבים. הספריות מציעות סוגי מידע מגוונים ורבים, החל מסיפורת ועד לספרי קומיקס, סרטים, מחזות, ספרי עיון בכל הנושאים, מוזיקה ועוד. ניכר כי הספרנים מעוניינים שהספרייה תהיה כמה שיותר מקיפה עבור קוראיה, מעין "מיני ספרייה ציבורית" לדוברי השפה, וגם לאלו שאינם דוברים אותה. חלק מהספריות מציעות משאבים אלקטרוניים רבים אשר משותפים לכל ספריות

המכון בעולם. בנוסף, הספריות מציעות פעילויות שונות לקוראים כגון מועדוני קריאה (לפעמים בעברית כדי להגיע לקהל רב יותר), שעות סיפור לילדים, מקומות מפגש ספרותיים, סדנאות מידענות, והרצאות של אמנים שונים ממדינת המקור.

לגבי ההפצה, רוב המרואיינים מודים כי קשה מאוד לחשוף את הספרייה לקהל ולשווק אותה בצורה יעילה. ואף קשה יותר לעשות זאת כאשר מדובר בתנאים של חוסר תקציב וכוח אדם. חשוב לציין כי תפקידו של הספרן חשוב לאין שיעור להעלאת תפקידה של הספרייה בתוך המכוניס ומול השגרירויות ומשרד החוץ. נושא זה צף ועלה שוב ושוב בראיונות, לאו דווקא מתוך השאלות שבמחקר, אלא דווקא מתוך השיחה הפתוחה עם הספרנים. תפקיד הספריות ותפקוד הספריות תלויים לא פעם בכריזמה, בתושייה ובנחישות של הספרנים. במכוניס בהם הספרנים חשבו ללא הרף על קהלי יעד חדשים, ונלחמו כדי להשיג תקציבים לפעילויות מסוג חדשה ושונה, הספריות מצליחות להגיע לקהלים רבים או מגוונים יותר (Niles Maack, 2001; Robbins, 2001; Schneider, 2009). פעמים רבות הספרנים אשר ניהלו ספריות אלו, מצאו את מקומם בקהילה הספרנית המקומית, ואף הפכו לחלק בלתי נפרד מהמורשת הספרנית של המדינה בה שירתו (Niles Maack, 2001), כמו בייחוד בספריית המועצה הבריטית בדקאר (Niles Maack, 2001) ובספרייה הבריטית בניו יורק (Lincove, 2011). ניכר כי גם בישראל חלק מהספרנים המנהלים את ספריות מכוני תרבות, רואים את עצמם כחלק מקהילת הספרנים הישראלית, והתפתחויות של התחום, ושל שוק הספרים

סיכום

ממצאי מחקר זה מאשרים את ממצאי מחקרם של הידלגו ופוג'ול (Hidalgo & Pujol, 2001) לגבי המכנים המשותפים לספריות של מכוני תרבות בעולם, בכללם אלו שבישראל. כל הספריות הללו נועדו:

1. לבנות ולתחזק אוספים מיוחדים, בעיקר בשפת מדינת המוצא, לגבי החברה והתרבות של אותה מדינה – אכן בכל הספריות יש אוספים שכאלו.
2. לספק חומרים שיתמכו בלימוד והוראה של שפת מדינת המוצא – כל הספריות מחזיקות חומרי לימוד, מודפסים או אלקטרוניים, המסייעים לתלמידי השפות. תלמידים אלה הם הנכס החשוב ביותר של המכוניס כיום.

3. לשמש כמרכז מידע לגבי נושאים כלליים או מיוחדים של מדינת המוצא. נושא זה בלט במיוחד בספריות שקידמו את המידע בנושא תיירות מדינתם, ובספריות שקידמו את שירותי המידענות בכל נושא הקשור למדינתם, ומציעים שירותים אלו לכל אזרח וארגון המעוניין בכך ללא עלות.
4. לקדם שיתוף פעולה וחילופי סטודנטים ובעלי מקצוע בין מדינת המוצא למדינה המארחת – במחקר זה ראינו כיצד חלק מהספרנים מקדמות מפעלי תרגום בין המדינות, חלק שיתופי פעולה בקהילת הספרנים,
5. לקדם את מדיניות החוץ של המדינה שלה שייכים המכון והספרייה. הספריות חשובות למדיניות החוץ, ומובאות ביעדיהם של מכוני התרבות בארץ. הן מקור גאווה לדיפלומטים ונחשבות לדרך הקלה ביותר לחשוף את הקהל המקומי לתרבות של מדינת המקור. יחד עם זאת, בעידן ירידת ערכה של הספרייה ובהיותה "החולייה החלשה ביותר בארגון", כפי שציינה ספרנית אחת, ספריות אלו מתקשות להגיע לקהל קוראים חדש, בין היתר בגלל תקציבים פחותים, קהלי יעד מזדקנים, וכוח אדם פוחת. כמו אז, גם היום, כוחה של הספרייה מגיע מהספרן שלה. הספרנים מבינים את החשיבות של הספר ככלי תרבותי ושפתי, ועושים מאמצים רבים כדי לחשוף את הספריות לכמה שיותר אנשים באוכלוסייה המקומית.
- חלק ממרוויינים במחקר הביעו את הרצון לשיתוף פעולה מקצועי בין הספריות של מכוני תרבות בישראל, לכן פורום שכזה אולי יסייע בהעצמה של קהילת ספרנים קטנה אך חשובה זו. בנוסף ראוי לציין, שארגונים כגון EUNIC (ארגון מכוני התרבות של האיחוד האירופי) יטיב אם ייצור פורום של ספרני מכוני תרבות בעולם, לצורך של שיתופי ידע ושיתופי פעולה, כפי שכבר עשה בסדנאות בעבר שעברה (EUNIC Knowledge Sharing Workshops, 2017). ייתכן כי על ידי הגדלת תקציבים, הזאת מיקומן של הספריות אל תוך שכונות משפחתיות כחלק מהנוף הקהילתי, ופתיחה הספריות לאוספים יותר נגישים לקהל הישראלי, הן יוכלו למצוא מקום חשוב יותר באוכלוסייה ולהגדיל את קהל היעד. יחד עם זאת, הספריות הללו, כמו רוב הספריות בעולם כיום במידה זו או אחרת, צריכות למצוא ולמלא את הצורך האמיתי של קהל הקוראים האופטימלי שלהן, שאינו כבר רק קריאת ספר במובן הקלאסי של המילה, אלא צורך דינמי וצורך של חיבור לטכנולוגיה ולצרכים קהילתיים. שינוי כזה יוכל להצדיק הקצעת תקציבים גדולים יותר, גם כשמדובר בדור האינטרנט שבו יש עדיין קבוצה גדולה של צרכנים המעוניינים לקרוא ספרים ולחוות חוויה תרבותית. למרות הצורה המצומצמת יחסית שבו פועלות הספריות הללו במדינת ישראל, אין ספק שיש להן עדיין תפקיד ייצוגי במסגרת

מדיניות החוץ שאם לא כן היו נסגרות. בשלב הזה הספריות במרכזים דיפלומטיים משמשים סמל תרבותי המשמר ומפיץ את שפות המקור. מדינת ישראל נהנית ממוסדות הוראת שפות ברמה גבוהה ומדינות המקור נהנות ממקורות תרבותיים מגוונים ומקום מפגש אינטלקטואלי המהווה מקור גאוה.

מחקרים עתידיים בישראל יכולים להתמקד בתפקידן של העליות לישראל בעלייתן וירידתן של ספריות אלו, ולהשוות את תרומת העולים לספריות אל תרומתם של קהילות מהגרים לספריות במקומות אחרים בעולם. מחקרים אחרים יכולים להתמקד במחקר השוואתי בין מדינות שונות וללמוד על צרכים שונים בכל מדינה ומדינה. אין ספק שפיתוח ספריות כגון אלה באזורים נחשלים בעולם ובאזורי פריפריה בישראל יכול לתרום לא רק לייצוג דיפלומטי אלא להרחיב את מרכזי הקריאה התרבות והלימוד של המקום. אולם צעד כזה תלוי בשינוי הגדרת תפקיד הספריות הדיפלומטיות ובהרחבתן. אולי ספרני ישראל יהיו אלו אשר ירימו את הדגל ויהפכו את הספרייה הדיפלומטית לא רק לסמל אלא למעוז של ידע לזקוקים לכך.

מקורות

- צבר בן יהושע, נ' (1997). *המחקר האיכותי בהוראה ובלמידה*. תל-אביב: מודן.
- צבר בן יהושע, נ' (2001). *מסורות וזרמים במחקר האיכותי*. גבעתיים: דביר.
- סקדי, א' (2003). *מלים המנסות לגעת: מחקר איכותני – תאוריה ויישום*. תל אביב: הוצאת רמות.
- Berry, J. N. (2003). Librarians are public diplomats. *Library Journal*, 128 (12), 8.
- Bureau of International Information Programs (2016). The Office of American Spaces: 2016 final report. United States Department of State. Retrieved April 20, 2018, from: <https://americanspaces.state.gov/home/wp-content/uploads/2017/05/Office-of-American-Spaces-FINAL.pdf>
- EUNIC Strategic Framework. (2015, December 11). Retrieved April 4, 2018, from <https://www.eunicglobal.eu/clusters>
- EUNIC Knowledge Sharing Workshops (2017, February 23-24). Libraries and cultural relations: Reflections from the EUNIC/IFA knowledge-sharing workshop on cultural relations and libraries. Stuttgart, Germany. Retrieved April 4, 2018, from: <https://www.eunicglobal.eu/>

Gutierrez Prieto, J. J., & Segado Boj, F. (2016). The role of libraries in cultural centres abroad: An insight. *New Library World*, 117(7/8), 475-484.

Hampton, M. (2012). Projecting Britishness to Hong Kong: The British Council and Hong Kong House, nineteen-fifties to nineteen-seventies. *Historical Research*, 85(230), 691-709.

Hirald, R. A., & Pujol, J. B. (2001). International cultural exchange through libraries. In *International librarianship: Cooperation and collaboration*. Frances Laverne Carroll & John Frederick Harvey (Eds.). Lanham, MD: Scarecrow Press.

Hurn, B. J. (2016). The role of cultural diplomacy in nation branding. *Industrial and Commercial Training*, 48(2), 80-85.

Kim, H. (2011). *Cultural diplomacy as the means of soft power in an information age*.

Retrieved from The Institute for Cultural Diplomacy:

http://www.culturaldiplomacy.org/pdf/casestudies/Hwajung_Kim_Cultural_Diplomacy_as_the_Means_of_Soft_Power_in_the_Information_Age.pdf

La Società Dante Alighieri: Chi Siamo. Retrieved April 1, 2018, from:

<https://ladante.it/chi-siamo.html>

Lincove, D. A. (2011). The British Library of Information in New York: A tool of British foreign policy, 1919-1942. *Libraries and the Cultural Record*, 46(2), 156-184.

Memis, S. (2009). The impact of international cultural engagement: The British Council's approach to evaluation. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 39(4), 292-297.

Niles Maack, M. (2001). Books and libraries as instruments of cultural diplomacy in Francophone Africa during the Cold War. *Libraries and Culture*, 36(1), 58-86.

- Nye J. S. (2005). *Soft Power: The Means to Success In World Politics*. New York, Public Affairs.
- Paschalidis, G. (2009). Exporting national culture: Histories of cultural institutes abroad. *International Journal of Cultural Policy*, 15(3), 275-289.
- Prieto, J. I. (2013). "The Sword and the Book": The Benjamin Franklin library and U.S.- Mexican relations, 1936-1962. *Book History*, 16, 294-317.
- Prieto Gutierrez, J. J. (2015). World libraries, the diplomatic role of cultural agencies. *European Review*, 23(3), 361-368.
- Robbins, L. S. (2001). The overseas libraries controversy and the freedom to read: U.S. librarians and publishers confront Joseph McCarthy. *Libraries and Culture*, 36(1), 27-39.
- Ryan, F., Coughlan, M., & Cronin, P. (2009). Interviewing in qualitative research: The one-to-one interview. *International Journal of Therapy and Rehabilitation*, 16(6), 309-314.
- Schilbach, T. (2010). Cultural policy in Shanghai: The politics of caution in the global city. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 2(3), 221-235.
- Schneider, C. P. (2009). The unrealized potential of cultural diplomacy: "Best practices" and what could be, if only *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 39(4), 260-279.
- Shao, X., & Scherlen, A. (2015). Librarians connecting scholars through the American Culture Center program in China. *International Information and Library Review*, 47, 66-70.
- Spencer, F. G. (2010). 10 Questions: Maqsood Ahmad Shaheen. *Information Outlook*, 14(6), 27-29.

Varga, S. (2013). The marketization of foreign cultural policy: The cultural nationalism of the competition state. *Constellations*, 20(3), 442-458.