

## עבודה זרה

בכל כלי התקשורת האפשריים: ברדיו, בטלוויזיה בעיתונות המודפסת ובאינטרנט "רצים" בימים אלה שני קמפיינים ממשלתיים משלימים: האחד קורא לישראלים לקנות רק מוצרי "כחול לבן", והשני – להעסיק רק עובדי "כחול-לבן". שני הקמפיינים מתכנסים לאותה נקודה עצמה: אם כולנו נקנה מוצרים מתוצרת ישראל ונעסיק רק עובדים ישראלים, נתרום את חלקנו לחיזוק שוק התעסוקה בפרט והכלכלה הישראלית בכלל. הסמיכות בין יציאת שני הקמפיינים לתקופת "החגים הלאומיים", יום השואה, יום הזיכרון ויום העצמאות, איננה מקרית: בימים אלה שבלאו הכי מעלים את מפלס הפטריוטיזם, היא נועדה לפרוט על מיתרי הסולידריות הלאומית ולהעצים את תודעת "אנחנו יחד נגד כל העולם", גם אם נשלם על כך ביוקר תרתי משמע.

כמו "הקופסה הכחולה" של הקרן הקיימת, המוצגת עכשיו במקומות רבים כפריט וינטאג' שנועד לגרום לנו להתרפק על ימים רחוקים וטובים יותר כביכול, כך גם שני הקמפיינים הללו פורטים על נימות נוסטלגיות: כל מי שלמד בבית ספר ישראלי שינן את תולדות המאבק על העבודה העברית של אנשי העליות הסוציאליסטיות באנשי העלייה הראשונה, שהעדיפו להעסיק פועלים ערבים, מאבק שבדיעבד נראה – מה שאין לומדים בבית הספר – תרם לא מעט לניכור של ערביי ארץ ישראל מהיישוב היהודי המתגבש ואולי גם להחרפת הסכסוך שלא תם עד היום. הוא הדין במערכת התעמולה בימי היישוב למען קניית סחורות יהודיות ומיהודים בלבד. סממת "קנה כחול-לבן" דהיום מתחברת גם לקמפיינים דומים משנות הששים והשבעים, בטרם הגלובליזציה הפכה שם המשחק.

לאחרונה נכתב כבר רבות על כך שלאמיתו של דבר במקרים רבים מוצרי כחול לבן כלל אינם מיוצרים בישראל על ידי פועלים ישראלים שכן עלות העסקתם יקרה, אלא על ידי פועלים זולים מעבר לים. על כך שהיצרנים הישראלים משלשלים לכיסם בלי נקיפות מצפון את הרווחים מהפרש עלויות הייצור וכמובן על כך שאם הייצור ייעשה בישראל, עלות המוצרים תהיה גבוהה בהרבה, כך שישלשלים רבים כלל לא יוכלו להרשות לעצמם לקנות אותם. במילים אחרות, "קנה כחול-לבן" יהיה לפיכך עבורם למעשה אל תקנה כלל (רעיון לא רע כשלעצמו בעיני התומכים בצמצום הצריכה, אך לא בהכרח חביב על הצרכנים הישראלים עצמם).

ואולם, מעבר להיבטים הכלכליים השנויים במחלוקת יש בשני קמפיינים גם תעמולה אשר לא רק שהיא מנוגדת בעליל לרוח הזמן של הגלובליזציה ולפיכך חסרת תכלית, אלא חמור מכך – מחזקת שנאת זרים: אלה המייצרים עבורנו במרחקים ואלה העובדים בשבילנו כאן. יש בהם משום הכחשה שהזרים עושים עבורנו מלאכות שברוב המקרים ככולם ישראלים אינם רוצים לעשות, לפחות לא בשכר שהיצרנים והמעסיקים הביתיים מוכנים לשלם עבור עבודה זו, יתירה מזו, בציניות רבה, הקמפיינים הללו נועדו להסיט את הביקורת והזעם הציבורי על מבנה שוק העבודה ומבנה השכר הלקויים מהאחראים האמיתיים למצב, קרי, הממשלה והתעשיינים. תחת זאת הם מציגים את העובדים הללו, ששכרם דל וזכויותיהם מועטות עוד יותר, כאיום על כיסו ותעסוקתו של הישראלי ממעמד הפועלים ומעמד הביניים הנמוך. הם מסיתים נכד ה"אחר" החלש כדי שהאש לא תפגע במי שלו רצו, היו יכולים לשנות את פני הדברים עבור אלה בישראל שאינם מוצאים עבודה בתשלום ראוי או עבודה בכלל.

מדי כמה חודשים מתפרסמים בכלי התקשורת מאמרים ודיווחים על גילויים מילוליים ומעשיים של שנאת הזרים בישראל, על חוסר ההפנמה של ערכים דמוקרטיים ונשמעת קינה רבתי על כך. ואולם, כפי שמוכיחים הקמפיינים שבהם מדובר, הלקח אינו נלמד – הרי אפשר בקלות ללמוד מן ההיסטוריה עד כמה "תעמולה מטעם" המוקיעה בגלוי או בסמוי את ה"אחר" כגורם לאבטלה תורמת להחרפת הרגשות השליליים כלפי זרים ומזינה רגשות לאומניים. הכחול-לבן הזה עלול להבעיר בסופו של יום בעירה גדולה שתוציא עשן שחור מאוד.