

**Με αφορμή την ανάρτηση του βουλευτή των ΑΝ.ΕΛΛ Δημήτρη Καμμένου δημοσιεύτηκε στην ιστοσελίδα [the books ' journal](#) το ακόλουθο ενδιαφέρον και τεκμηριωμένο άρθρο της Άννας Μαρίας Δρουμπούκη για την εκμηδένιση - υποβάθμιση του Ολοκαυτώματος.**

Την αγανάκτηση του Κεντρικού Ισραηλιτικού Συμβουλίου (ΚΙΣ) προκάλεσε η ανάρτηση στο Facebook από τον βουλευτή των Ανεξαρτήτων Ελλήνων Δημήτρη Καμμένο επικριτικής φωτογραφίας κατά των διαδηλώσεων «Μένουμε Ευρώπη». Ο ακροδεξιός βουλευτής του κυβερνητικού εταίρου του ΣΥΡΙΖΑ χρησιμοποίησε μια φωτογραφία από την είσοδο του Άουσβιτς στην οποία η επιγραφή με τίτλο «Arbeit Macht Frei» έχει αντικατασταθεί από το σύνθημα «Μένουμε Ευρώπη» όσων διαδηλώνουν υπέρ της παραμονής της χώρας στο ευρώ και την ΕΕ. Γιατί το ΚΙΣ έχει δίκιο, γιατί ο βουλευτής που στηρίζει την κυβερνητική πλειοψηφία διέπραξε ακραία βεβήλωση.

Ο ευτελισμός της πύλης του στρατοπέδου συγκέντρωσης Άουσβιτς μέσα απ' την ανάρτηση βουλευτού των ΑΝ.ΕΛΛ (διαστρέβλωση της πύλης του Άουσβιτς με τη στρεβλή αναγραφή «Μένουμε Ευρώπη») αποτελεί χαρακτηριστική δημαγωγική εξομοίωση και εντάσσεται σε αυτό που οι ιστορικοί ονομάζουν «μπαναλοποίηση του Ολοκαυτώματος», εννοώντας τη χρήση ανιστόρητων ιστορικών αναλογιών με σκοπό τη σαρωτική σύγκριση ανόμοιων πραγμάτων (trivialization στα αγγλικά).

Το «εξομοιωτικό κύμα» στο δημόσιο λόγο είναι σαρωτικό και εκδηλώνεται με γλωσσικά ολισθήματα και ευτελείς στρογγυλοποιήσεις σε όλη την Ευρώπη. Για παράδειγμα, ο δήμαρχος του Λονδίνου Κεν Λιβινγκστον το 2006 τέθηκε σε διαθεσιμότητα για τέσσερις βδομάδες, επειδή συνέκρινε μια Εβραία δημοσιογράφο με φρουρό στρατοπέδου, ενώ ουκ ολίγες φορές στο παρελθόν έχει γίνει κατάχρηση της γνωστής φράσης στην πύλη του Άουσβιτς «Arbeit macht frei» (Η εργασία απελευθερώνει), με ενδεικτικότερο παράδειγμα αυτό της παρουσιάστριας στο κουίζ σόου Night Loft της γερμανικής τηλεόρασης Pro-Sieben, η οποία απολύθηκε επειδή παρότρυνε μια καλεσμένη να εργαστεί, τονίζοντάς της πως «η εργασία απελευθερώνει». [1] Ειδικά το τελευταίο παράδειγμα φανερώνει την αμηχανία και την ευαισθησία που προκαλεί στην ευρωπαϊκή κοινή γνώμη η περίοδος του ναζισμού και η χρήση ιστορικών αναλογιών.

Πρόσφατο επίσης είναι το παράδειγμα χρήσης της εμβληματικής εικόνας της πύλης του Άουσβιτς σε δύο πολύκροτες διαφημίσεις. Η πρώτη, εσθονικής προέλευσης, είχε σλόγκαν

«Η εργασία σε απελευθερώνει. Φωταέριο για θέρμανση, εύχρηστο, πρόχειρο και αποτελεσματικό». Η δεύτερη ευαγγελιζόταν την άμεση απώλεια κιλών σε γυμναστήριο στο Ντουμπάι, με τη φράση «Αποχαιρέτησε / κάψε τα κιλά σου». [2] Το γυμναστήριο μετά από πολλές διαμαρτυρίες απέσυρε τη διαφήμιση και αναγκάστηκαν οι υπεύθυνοι να ζητήσουν δημοσίως συγνώμη για το θλιβερό ολίσθημα. Τελευταία περίπτωση είναι ένα παζλ που απεικονίζει τους φούρνους στο Νταχάου, το οποίο πωλούνταν στο Amazon έναντι 24,99 δολαρίων, αλλά απαγορεύτηκε.  
[3]

Η υποβάθμιση της γενοκτονίας των Εβραίων αποτελεί κοινό τόπο στη σύγχρονη ρητορική, και πολλοί έχουν αναφερθεί σε μια ιδιότυπη «κλοπή του Ολοκαυτώματος» (stealing the Holocaust). Αναμφίβολα, αυτός ο ισοπεδωτικός καταγιγισμός κακόγουστων πολιτισμικών αναπαραστάσεων της γενοκτονίας στη δημόσια σφαίρα υποδαυλίζει τη βαρύτητά της, την κανονικοποιεί, μετατρέποντάς την σε κάτι κοινότοπο. Η μετατροπή της σε αναλώσιμο προϊόν καθημερινής βοράς στα κοινωνικά δίκτυα τη μετασχηματίζει σε γεγονός ανακτημένο και οικειοποιημένο. Έτσι, το Ολοκαύτωμα ουσιοποιείται και καταλήγει να αποτελεί ένα αποθετήριο βαρετών και επαναλαμβανόμενων διδαγμάτων για το παρελθόν, μια αόριστη μεταφορά για τη θυματοποίηση, μια ρητορική που, μέσα από κινηματογραφικές και τηλεοπτικές αναπαραστάσεις, γίνεται μελόδραμα ευρείας κατανάλωσης.

Τα παραπάνω παραδείγματα είναι ενδεικτικά του τρόπου με τον οποίο αντιμετωπίζονται ποινικά ανάλογες εξομοιώσεις του Ολοκαυτώματος στις ευνομούμενες ευρωπαϊκές κοινωνίες, κάτι που δυστυχώς δεν συμβαίνει στην Ελλάδα, όπου παρατηρούμε συνεχώς στον δημόσιο λόγο καταχρήσεις του περιεχομένου και των συμβολισμών του Ολοκαυτώματος μέσα από σκίτσα, δημόσιες τοποθετήσεις βουλευτών και πρωτοσέλιδα σε εφημερίδες.

[1] *Focus*, online, 30/1/2008.

[2] Σ. Ευσταθιάδης (2012), «Το Άουσβιτς ως διαφήμιση», *Το Βήμα* (27 Αυγούστου).

[3] <http://www.tovima.gr/world/article/?aid=480176> (20/10/12).

