



Marek Kaźmierczak

(Gniezno)

MIĘDZY ROZUMIENIEM A TRYWIALIZACJĄ

Tim Cole, *Selling the Holocaust. From Auschwitz to Schindler. How History is Bought, Packaged, and Sold*, Routledge, New York 2000, 314 s.

Książka Tima Cole'a „Selling the Holocaust” wpisuje się w nurt krytyczny odnoszący się do recepcji Holokaustu w kulturze współczesnej, w jej popularnych odmianach. Już sam tytuł tej monografii brzmi prowokacyjnie: „Sprzedając Holokaust. Od Auschwitz do Schindlera. Jak historia jest kupowana, pakowana oraz sprzedawana”. Tim Cole wykorzystuje terminologię odnoszącą się do sprzedaży towarów, by pokazać, że w wielu przypadkach Holokaust traktowany jest właśnie jako produkt, którego przeznaczeniem jest funkcjonowanie na rynku popytu i podaży.

Przemysł kultury, stosując właściwe dla siebie mechanizmy redukcji historii, czyni z zagłady Żydów europejskich materiał, którego trwanie w pamięci zbiorowej uzależnione pozostaje od schematów redukcji i ram narracyjnych ułatwiających odbiór prawdy w horyzoncie jej fikcyjnych obrazów. Przedstawienia w przestrzeni kultury popularnej pojawiają się w miejsce wiedzy o zdarzeniach, będąc często zamiast nich źródłem wiedzy i zbiorowych wyobrażeń. Krytyczne uwagi Cole'a wpisują się w te konteksty, które odnoszą się nie tylko do tego, jak *pamięta się* Holokaust w kulturze popularnej, ale także do kondycji poznawczej oraz aksjologicznej człowieka, którego wiedza i świat wartości — trafiając na rafy redukcji i instrumentalizacji tego wydarzenia — toną w chaosie pozorów, kiczu, nadużyć oraz zakłamywania rzeczywistej prawdy o tym, że Holokaust był w istocie rzeczy zagładą milionów niewinnych Żydów, rzeczywistych ludzi.

Publikacja składa się z dwóch części — pierwszej zatytułowanej „People” (Ludzie) oraz drugiej zatytułowanej „Places” (Miejsca). Recenzowane jest drugie wydanie tej książki, w którym znajduje się wprowadzenie do edycji w miękkiej oprawie oraz prolog „The Rise (and Fall?) of the Myth of the «Holocaust»”, a także epilog, przypisy na końcu monografii, bibliografia oraz indeks (w którego skład wchodzi wybrani autorzy, główne pojęcia oraz miejsca). W części pierwszej książki Cole omawia trzy osoby najbardziej charakterystyczne, jego zdaniem, w procesie

odbioru tego, co autor nazywa „mitem Holokaustu”: Annę Frank, Adolfa Eichmanna oraz Oskara Schindlera. W części drugiej Cole odnosi się do miejsc, które są najczęściej odwiedzane przez turystów: Państwowe Muzeum Auschwitz–Birkenau, muzeum Yad Vashem oraz Muzeum Holokaustu w Waszyngtonie. Obydwie części książki zostały tak pomyślane, by — tworząc spójną całość — przedstawiać etapy masowej produkcji, reprodukcji i sprzedaży Holokaustu w kulturze współczesnej, która — pisząc przewrotnie: rozumie, na czym polega kupowanie, choć nie kupuje tego, czego pojąć nie chce (albo nie umie).

Tim Cole jest profesorem historii na Uniwersytecie w Bristolu, bada współczesne kulturowe reprezentacje Holokaustu, ze szczególnym uwzględnieniem miejsc pamięci i muzeów, prowadzi również badania w zakresie Holokaustu na Węgrzech, koncentrując się przy tym na kwestiach przestrzeni gett i problemach odnoszących się do płci. Cole jest autorem licznych artykułów poświęconych tej tematyce oraz autorem książek: „Images of the Holocaust: the Myth of the «Shoah business»” (Duckworth 1999), „Holocaust City: The Making of a Jewish Ghetto” (Routledge 2003), a także m.in. redaktorem książki (obok C.J. Pearsona i P.A. Coatesa) pt.: „Militarized Landscapes: From Gettysburg to Salisbury Plain” (Continuum 2010).

Recenzowana książka wpisuje się w porządku dyskurów, które nie są obojętne na losy recepcji Holokaustu w kulturze współczesnej, a które łączy na najogólniejszym poziomie — pomimo różnic metodologicznych, dobranego materiału egzemplarycznego, kontekstu społeczno-ideologicznego oraz rozbieżności interpretacyjnych — przekonanie o tym, że wiedza oraz pamięć o Holokaucie zależą od przedstawień w kulturze popularnej, będących często jedynym i głównym źródłem dla utrzymujących się wyobrażeń na temat tego wydarzenia.

Cole pisze, że źródłem inspiracji są dla niego autorzy tej miary, co Omer Bartov, Saul Friedlander, Geoffrey Hartman, Lawrence Langer, Edward Linenthal, Judith Milller, Jacob Neusner, Alvin Rosenfeld, Tom Segev, Jonathan Webber, Isabel Wolleston oraz James Young. Wyżej wymienieni badacze reprezentują różne dziedziny badań, większość z nich jest polskiemu czytelnikowi bardzo dobrze znana — za sprawą tłumaczeń czy dostępnych w oryginale książek i artykułów (m.in. Friedlander, Langer, Bartov, Neusner, Segev czy Young). Różnorodność ta ma, wpisana *implicite* w badania dotyczące recepcji Holokaustu, implikację, którą można wyrazić w następujący sposób: Holokaust jest wydarzeniem, które ze względu na złożoność odniesień historycznych, społecznych, politycznych, religijnych, estetycznych, etycznych oraz ideologicznych wymaga badań interdyscyplinarnych. Cole nie mówi o tym wprost, ale poziom prowadzonej przez niego refleksji wręcz narzuca tę metodologiczną konieczność; każde z tych odniesień zostaje *załamane* w pryzmacie przedstawień narzucanych przez mechanizmy właściwe dla kultury

popularnej w całym bogactwie jej różnorodności. Interdyscyplinarność nie jest w tym rozumieniu synonimem kompilacji, ale właśnie możliwej wielodyskursywnej puryfikacji „palimpsestów” składających się na kulturowe substytuty wiedzy o Holokauście, które swe źródło mają w dużej mierze w konstruowanej i dobrze się sprzedającej fikcji. Badacz procesu recepcji tego wydarzenia stoi przed podwójnie złożonym wyzwaniem — dociekając wiedzy o Holokauście, konfrontuje się bowiem z granicami poznawczymi współczesnego człowieka, a w ten sposób również z tym, co jest on w stanie zrozumieć z poszczególnych przekazów.

W rezultacie więc badania dotyczące recepcji Holocaustu są badaniami nie tylko opartymi na paradygmacie historycznym (dociekanie prawdy), ale również między innymi na paradygmacie antropologicznym (dociekanie ram jej rozumienia i bycia).

Refleksja Cole’a wymaga od czytelnika czujności, należy bowiem uważać, aby nie ulec często sugestywnie tworzonej przez autora narracji. Wymaga jednak czujności także dlatego, że bazowanie na intelektualnych przyzwyczajeniach i na wydawałoby się, niepodważalnych sądach może prowadzić do przeoczenia zdań, wypowiedzi, tez, które czytelnik musi dobrze rozpoznać i jednocześnie krytycznie się do nich odnieść. Zaletą książki Cole’a jest to, że można polemizować z zawartymi w niej poglądami mówiącymi, że granica między fikcją a rzeczywistością jest współcześnie płynna, umowna, a niekiedy złudna.

Już we wprowadzeniu (s. XII) Cole pisze, że turyści, którzy spacerują po byłych terenach getta w Krakowie, odwiedzają je nie tyle w poszukiwaniu prawd historycznych, ale w celu rekonstrukcji miejsc, w których Steven Spielberg filmował poszczególne sceny podczas kręcenia filmu „Lista Schindlera”. Skąd taka pewność u autora książki „Selling the Holocaust”, jak zmierzyć tę „prawidłowość”? Jest coś niepokojącego w tej uwadze, bo jeśli zgodzimy się, że jest tak, jak pisze Cole, to zrozumiemy, że w tych miejscach będzie można zobaczyć tylko to, co pozwoli dostrzec rama filmu jako matryca oddzielająca to, co rozpoznawalne od tego, co zupełnie nieznanne, bo nieobejrzone. Dla wielu środowisk, jak pisze Cole, film „Lista Schindlera” stał się synonimem Holocaustu. Utożsamienie tego, co rzeczywiste z tym, co fikcyjne jest problematyczne nie tylko z powodów poznawczych, ale także aksjologicznych oraz tożsamościowych. Cole pisze, że lata 90. XX wieku są czasem dominacji Spielberga i tego wszystkiego, co reżyser ten reprezentuje oraz symbolizuje. Lata 60. oraz 70. XX wieku to okres, w którym, jak pisze Cole, powołując się na Petera Novicka¹, w prze-

¹ P. Novick, *Holocaust Memory in America*, [w:] J.E. Young (red.), *The Art of Memory. Holocaust Memorials in History*, New York 1994, s. 162. Cyt. za: ibidem. Peter Novick wydał

strzeni publicznej interesowano się wydarzeniami składającymi się na Holocaust, natomiast właśnie na lata 90. XX wieku przypada zwrot ku przedstawieniom tych wydarzeń, budującym społeczny, alternatywny, niezależny niejako nurt ich rozumienia². Oglądanie „Listy Schindlera” i innych filmów o podobnej tematyce oraz zbliżonej poetyce przyczyniło się do wprowadzenia w obszar współczesnej kultury popularnej oglądania filmów o Holokauście jako doświadczenia pokoleniowego. Ideologizacja, nacjonalizacja, estetyzacja Holocaustu są działaniami systemowymi, które powodują, że w przestrzeni fikcji filmowej czy w muzeach takich jak Muzeum Holocaustu w Waszyngtonie dokonuje się redukcja oraz instrumentalizacja wiedzy o tym wydarzeniu poprzez stworzenie modelu pamiętania mającego swoje ideologiczne oraz estetyczne tło (s. 146–172). Dodać w tej perspektywie należy, jak sądzi Cole, że buduje się w ten sposób nie tylko „panopticum” osobliwych, niejako oddzielnych (a niekiedy nawet rozdzielnych) wizji przeszłości, ale także wytwarza się również społeczne uprzedzenia do wiedzy o Holokauście oraz do samego wydarzenia, w tym — do jego ofiar. Przed takim *sprzedawaniem*, które redukuje, instrumentalizuje i uprzedmiotawia ostrzega w swej książce Cole. Czytelnikiem tej książki powinien być zatem nie tylko badacz zainteresowany recepcją przedstawień odnoszących się do Holocaustu, nie tylko historyk, filmoznawca czy literaturoznawca, ale także semiotyk oraz antropolog, a szerzej każdy człowiek, dla którego Holocaust jest prawdą o człowieku i o tym, jak przedstawienia Zagłady stają się granicami tego wszystkiego, co można lub trzeba pojąć, by kiedyś nie okazało się, że przeszłość to jutro, tylko że wczoraj.

Książka „Selling the Holocaust” jest również interesująca jako źródło wiedzy o stanie badań na temat przedstawień Holocaustu. Cole w licznych miejscach recenzowanej pozycji prowadzi polemikę z różnymi uczonymi, a także omawia wiele, niezwykle ważnych prac naukowych na temat Zagłady z lat 90. XX wieku. Jego praca wpisuje się również we wciąż trwające polemiki dotyczące tego, w jakim stopniu Holocaust jest wydarzeniem osobliwym w dziejach ludzkości, w jakim jest wydarzeniem podobnym do innych równie tragicznych form ludobójstwa, jak dalece odbiór przedstawień odnoszących się do tego wydarzenia jest jednolity, a jak dalece zróżnicowany, chociażby z powodu innych podstaw fundujących pamięć o nim w diasporze żydowskiej w USA, w Izraelu czy w Europie. Cole po-

w 2000 roku książkę, która stała się jednym z najważniejszych opracowań na temat odbioru Holocaustu w kulturze współczesnej. Por.: P. Novick, *The Holocaust in American Life*, Boston–New York 2000. Omówienie też zawartych w książce Novicka można znaleźć w monografii Anny Ziębińskiej-Witek, *Holocaust. Problemy przedstawiania*, Lublin 2005, s. 12 i n.

² T. Cole pisze: „A movie like «Schindler’s List» has assumed a life of its own apart from the Holocaust” (s. XII).

zostawia otwarte pytania o to, czym jest Holocaust w pamięci osób pochodzenia żydowskiego i osób, które mają inną tożsamość narodową oraz etniczną. Ważne jest w recenzowanej książce to, że jej autor rozpatruje poszczególne, często bardzo szczegółowe zjawiska w szerszym kontekście oddziaływania kultury, mediów oraz procesów społeczno-ekonomicznych, pokazując w ten sposób, że to, co dzieje się współcześnie z odbiorem Holocaustu, odnosi się do kultury w całej złożoności jej przedstawień, a to, co dzieje się w kulturze, znajduje również swoje odzwierciedlenie w przedstawianiu Holocaustu. Potrzeba pamiętania oraz mechanizm trywializacji to dwie skrajności, które wpływają na zmiany w kulturowym, społecznym oraz ideologicznym odbiorze zagłady Żydów europejskich.

Cole, podobnie jak Peter Novick, jest sceptyczny wobec większości przekazów powstających w ramach tzw. kultury popularnej, które odnoszą się do Holocaustu. Autor książki „Selling the Holocaust” wątpi również w to, że Zagłada może być lekcją na temat budowania lepszej przyszłości — niestety, właśnie nadużycia w przedstawianiu tego wydarzenia pokazują paradoksalnie kolejne niewykorzystane lekcje.

Miazmat *happy endu* toczy pamięć o Zagładzie, skutki tego widoczne są właśnie w kulturze popularnej. Cole pisze: „«Lista Schindlera» (1993) pokazuje więc wyjątkową historię uratowania 1100 polskich Żydów, którzy nie zostali zabici. «Życie jest piękne» (1997) przedstawia wyjątkową historię chłopca, który przeżył w obozie koncentracyjnym, a nie został zabity. «Jakub Kłamca» (1999) prezentuje wyjątkową historię getta, które zostaje oswobodzone, a nie zlikwidowane. «Pociąg życia» (1998) pokazuje wyjątkową historię pociągu do «deportacji», który wywozi Żydów na wolność, a nie do obozu zagłady” (s. XVII). Wszystkie te filmy, jak pisze Cole, upraszczają rzeczywistą groźbę Holocaustu i oferują w to miejsce coś bardziej *przyjemnego*. Konsekwencją takiego stanu rzeczy jest — i tutaj znów szczególną uwagę zwraca Cole na wpływ filmu Spielberga — osobliwa, bo uproszczona celebracja przede wszystkim tych, którzy przeżyli Zagładę.

Tworzy się w ten sposób częściowy, wybiórczy obraz przeszłości, którego ramy stanowią wartości oparte na przekonaniu, że przebiegłość, dobroć i pomysłowość mogą pokonać zagrożenia wynikające z Holocaustu, dając w to miejsce możliwość wyzwolenia³. Miazmat *happy endu* powoduje, że rzeczywistość ulega fikcjonalizacji na różnych poziomach dyskursów. Oczywiście, opinie Cole’a są arbitralne, a stan badań na temat wyżej wymienionych filmów jest dziś obszerny, celem zaś

³ T. Cole stwierdza, że: „The message is essentially the same. We can, through cunning, goodness and ingenuity, defeat the Holocaust and bring about salvation” (s. XVII).

tej recenzji jest właśnie sprowokowanie czytelnika do tego, by zechciał zmierzyć się z interpretacjami autora „Selling the Holocaust”, ugruntowując w ten sposób lub poszerzając swoje interpretacje oraz wiedzę na temat filmów czy miejsc pamięci.

Cole jest wierny głównej tezie, mówiącej, że Holocaust jako wydarzenie historyczne w trakcie ostatnich pięćdziesięciu lat uległo przekształceniu w mit o „Holokaucie”, który jest sprzedawany w różnych odsłonach jako towar (s. 4). Ze względu na znaczenie tej tezy ryzykuje wprowadzanie śmiałych hipotez oraz często nazbyt arbitralnych analiz i interpretacji. Główna myśl książki częściowo uzasadnia również przyczyny, z których powodu Cole dokonał arbitralnego wyboru samych przykładów zarówno co do osób, jak i miejsc. Celem tej książki jest nie tylko uświadomienie mechanizmów sprowadzania Holocaustu do *przyjemnych* i *prostych* przedstawień, ale także zakwestionowanie sensowności ich powstawania i funkcjonowania⁴. Rozmowa z czytelnikiem, którą proponuje autor, dotyczy pamięci o ofiarach Zagłady, ale także dostrzeżenia tych osób, które współcześnie mierzą się z pamięcią o tym wydarzeniu.

Trudno jednak zgodzić się na przykład ze stwierdzeniem, że przekształcenie Holocaustu w mit o Holokaucie jest jedyną współczesną odpowiedzią na grozę masowego zabijania, będącą próbą zrozumienia tego, czym właściwie było zamordowanie sześciu milionów ludzi, odsłonięcia możliwych znaczeń obecnych w tym zdarzeniu (s. 5). Przywołane stwierdzenie jest bowiem jedną z wielu interpretacji, wszak różnorodność przedstawień Zagłady nie jest nawet *implicite* ani spójna, ani wyłącznie uporządkowana, nie stanowi także centralnego pola modelującego różnorodne dyskursy kultury współczesnej, w tym jej popularnych odmian.

Przedstawienia Holocaustu w kulturze współczesnej są pełne paradoksów, dotyczy to nie tylko porządku poznawczego, aksjologicznego, ale także estetycznego. Cole nie wikła się w rozważania dotyczące samego pojęcia Holocaustu, przyjmuje je jako utrwalone w przestrzeni publicznej termin odnoszący się do zagłady Żydów europejskich i stosuje go zamiennie ze słowem Shoah, wskazując jedynie, że Shoah jest hebrajskim pojęciem służącym do opisu tego, do czego odnosi się Holocaust. Książka Cole'a zawiera wiele ważnych przykładów z życia publicznego, które pokazują nadużycia, w tym redukcję oraz instrumentalizację, pamięci o Holokaucie. Cole jest bezkompromisowy, gdy pisze, że Eichmann, który przyczynił się do zagłady milionów Żydów, na skutek procesu sądowego toczącego się przeciwko niemu w Jerozolimie „sprawił” również, że zagłada stała się treścią codzienności,

⁴ T. Cole pisze nawet dobitniej, mówiąc o *lukrowaniu* „Holokaustu”: „Swallowing a sugar-coated «Holocaust» may be little more than swallowing a placebo” (s. XVIII).

tematem debat w przestrzeni publicznej, wreszcie — że na skutek wprowadzenia wiedzy o tym wydarzeniu do świata mediów osoba nazistowskiego oficera stała się jednym ze źródeł rozwoju „mitu o Holokauście” (s. 8, 47–73).

Cole stara się zachować obiektywność i bezkompromisowość, gdy opisuje mechanizmy, które miały wykreować Annę Frank jako „modelową ofiarę” (ang. *a perfect victim*) Holokaustu przez dopasowanie jej „Dziennika” do określonych matryc ideologicznych oraz komercyjnych (s. 29). Bezkompromisowość Cole’a ma jednak swoją cenę — na poziomie metodologicznym jest nią podporządkowanie całej złożoności podejmowanych interpretacji tezie mówiącej, że: „In short, «Shoah» business is big business” (s. 1). Wydaje się, że ta teza, która ma swoich zwolenników, znajduje źródło ideologiczne w neomarksistowskich hipotezach głoszących, że poziom świadomości tego, co wypełnia przestrzeń publiczną, zależy od cyrkulacji oraz pomnażania kapitału. Jeśli byłaby to główna przyczyna funkcjonowania pamięci o zagładzie Żydów europejskich w kulturze współczesnej, to Holokaust byłby niczym innym, jak kolejnym *towarem*, który można sprzedać, wszak sprzedaje się niemal wszystko — łącznie z życiem i śmiercią, o czym pisał Herbert Marcuse⁵. Pamięć o Holokauście jest wiedzą o zagładzie Żydów europejskich i o ile mechanizmy modelują przedstawienia tego wydarzenia, które ulegają licznym i płynnym transformacjom, o tyle sam fakt, że wydarzenie to było czymś tak prawdziwym nie może ulec redukcji będącej skutkiem tych mechanizmów. Człowiek przestraszył się siebie — i to jest ponad treścią przekraczającą materialne podstawy przekształcenia form pamiętania, fikcjonalizacji i zapominania. Strach ma swe podstawy w wiedzy o Holokauście i jego ofiarach, bez tej wiedzy niemożliwa wydaje się wyobraźnia przekształcająca. Jeśli więc zgodzimy się, że hipotezy neomarksistowskie stanowią bazę do prowadzonej przez Cole’a krytycznej refleksji, to będziemy musieli się również zgodzić z tym, że jest to raczej neomarksizm w interpretacji krytycznej, której źródeł należy szukać w badaniach prowadzonych przez szkołę frankfurcką. Komercjalizacja przedstawień oraz ideologiczna instrumentalizacja pamięci są na pewno zagrożeniami dla wiedzy o zagładzie Żydów europejskich. Autor „Selling the Holocaust” przestrzega przed tymi zagrożeniami.

⁵ Herbert Marcuse pisał przecież, że w ramach reprodukcji systemu z towarów, które muszą być kupione i użyte, czyni się obiekty libido. „Ludzie skutecznie manipulowani i organizowani, są wolni; ceną tej wolności jest ignorancja i niemoc, dobrowolnie przyswojona heteronomia”. H. Marcuse, *Eros i cywilizacja*, H. Jankowska, A. Pawelski (tłum.), Warszawa 1998, s. 6.

Holokaust, zdaniem Cole'a występuje nie tylko w centrum kultury zachodniej, ale również na jej peryferiach (s. 2). W latach 90. XX wieku Holokaust stał się, według autora prawdopodobnie najczęściej omawianym i przedstawianym wydarzeniem ostatnich stu lat. Można się zgodzić z tym stwierdzeniem tylko intuicyjnie, brakuje bowiem badań, na które powoływałby się Cole, by wzmocnić wymowę tego sądu. Stwierdzenie Cole'a jest tylko *narzędziem* służącym wzmocnieniu proponowanej przez autora tezy, poznawczo nie wprowadza ono niczego intersubiektywnego, co dałoby asumpt do budowania bardziej złożonego wywodu. Z jednej więc strony książka „Selling the Holocaust” jest intrygująca na poziomie teoretycznym, interpretacyjnym oraz egzemplarycznym, z drugiej zaś strony pojawiają się w niej sformułowania, wypowiedzi, sądy, które nie wnoszą niczego, co pomagałoby w perspektywie poznawczej przekraczać utarty schemat myślenia. Należy jednak wyraźnie zaznaczyć w tym miejscu, że książka Tima Cole'a nie odnosi się do historycznego wydarzenia, którym była zagłada Żydów europejskich, ale do obecności *mitu Holokaustu*, który zaczął rozwijać się od lat 60. XX wieku.

Odnieść można wrażenie, że autor, starając się ze wszech miar ukazać wielość oraz różnorodność przedstawień składających się na *mit o Holokaucie*, sam niekiedy buduje sądy, które wzmacniają ten *mit*. Należy w tym miejscu jednak bardzo wyraźnie zaznaczyć — Cole nie neguje Holokaustu, ale pokazuje, że z powodu podporządkowania tego zdarzenia na poziomie przedstawień mechanizmom (m.in. komercjalizacji oraz ideologizacji) prowadzącym do redukcji oraz fikcjonalizacji, wiedza i pamięć o zdarzeniu historycznym zaczęły być wypierane przez wyobrażenia budowane w oparciu o przedstawienia, które schematyzowały, instrumentalizowały oraz przekształcały odbiór tego wydarzenia. Pojęcie *mitu* rozumiane jest szeroko przez autora — nawiązując do słów Liebmana i Don-Yehiya (używających pojęcia *mit Holokaustu* w swoim studium na temat izraelskiej religii obywatelskiej), pisze on, że *mit* nie jest fałszem, ale opowieścią, która wywołuje silne sentymenty, przekazuje i przekształca fundamentalne wartości społeczne⁶. Użyte przez Cole'a pojęcie *mitu* odnosi się do tego, co na drodze rozróżnienia tego, co było historycznym wydarzeniem Holokaustu od jego reprezentacji, stało się zbiorem przedstawień bez konieczności ich odwoływania się do tego, co autentyczne, rzeczywiste; Cole wprowadził to rozróżnienie zainspirowany uwagami Langera. *Mit Holokaustu* może bowiem funkcjonować bez konieczności odnoszenia się do faktów. Holokaust, zdaniem Cole'a, został w ten sposób przekształcony w *mit*, który

⁶ C.S. Liebman, E. Don-Yehiya, *Civil Religion in Israel. Traditional Judaism and Political Culture in the Jewish State*, Berkeley 1983, s. 7 (cyt. za: T. Cole, s. 4).

może prowadzić albo do uświęcenia tego wydarzenia, albo do jego trywializacji (w tym miejscu swych uwag Cole wykorzystuje teorię Mosse'a odnoszącą się do mitu doświadczenia wojennego⁷).

Cole jako historyk zakłada, że na skutek rosnącego zainteresowania Holocaustem jako jedną z centralnych ikon (ang. *icon*) kultury Zachodu, może nastąpić kres mitu o Holokauście. Celem recenzowanej książki jest przede wszystkim ukazanie przyczyn oraz symboli rozwoju mitu o Holokauście, ważne jest jednak także to, że mit ten może się wyczerpać, czy — jak pisze Cole — w przyszłości się rozproszyć (ang. *the "myth" will have disappeared*). Jeśli zaakceptujemy koncepcję rozwoju mitu o Holokauście, w którego skład wchodzi różne przedstawienia tego wydarzenia, to należy mieć na uwadze możliwe mechanizmy rozpraszania się mitu, które mogą doprowadzić albo do powrotu do prawdy historycznej (na skutek badań metahistorycznych ta część zdania brzmi wieloznacznie), albo do zaniku wiedzy i pamięci na temat zagłady Żydów europejskich (z powodu instytucjonalizacji pamięci oraz istnienia rzeczywistych miejsc zagłady wydaje się to mało prawdopodobne). Może raczej nastąpić pewne rozproszenie się zainteresowania Holocaustem w kulturze popularnej. Mechanizmy mitologizacji, o których pisze Cole (swoją drogą brakuje w ich interpretacji np. uwag semiologicznych w ujęciu chociażby Rolanda Barthesa, które na pewno rozbudowałyby wprowadzone tutaj pojęcie mitu), są zjawiskami złożonych procesów kulturowych, społecznych i ekonomicznych. Badając w ich perspektywie przedstawienia Holocaustu, docieka się nie tyle faktycznych granic wydarzenia, do którego te przedstawienia się odnoszą, ale nade wszystko granic tego, co współczesny człowiek jest w stanie zrozumieć z tego, czym był Holocaust i czym jest kultura, która w różny sposób stara się do niego odnieść. Raportem z tych przemian i ich ewolucji, koncentrującym się na okresie od lat 60. do końca lat 90. XX wieku, jest książka „Selling the Holocaust”.

Należy dodać w tym miejscu, że Cole jest celowo polemiczny, a podejmowany przez niego temat nie znajduje się jedynie w dziedzinie abstrakcji, lecz jest przedmiotem rzeczywistej, koniecznej oraz potrzebnej debaty i dyskusji, wreszcie rozmowy.

⁷ G.L. Mosse, *Fallen Soldiers. Reshaping the Memory of the World Wars*, New York 1990, s. 7 i n. (cyt. za: T. Cole, s. 4 i n.).