

Από το τοπικό στο εθνικό και ταυτόχρονα: όψεις της «εθνικοποίησης» του Σολωμού
(ή ο Σολωμός και η επιχειρηματικότητα)*

Η διαδικασία «εθνικοποίησης» του Διονυσίου Σολωμού (1798-1857) είναι μακρά και πολύπλοκη, ενώ έχει συζητηθεί διεξοδικά, τόσο σε θεωρητικό επίπεδο όσο και με την επιστράτευση συναφών τεκμηρίων, στη σχετική βιβλιογραφία¹. Επομένως, δεν συντρέχουν ιδιαίτεροι λόγοι να επαναληφθούν εδώ απόψεις και ντοκουμέντα, που ήδη έχουν χρησιμοποιηθεί κατά το παρελθόν. Με άλλα λόγια, η παρούσα ανακοίνωση θα επιχειρήσει να καταδείξει όψεις της «εθνικοποίησης» του εν λόγω ποιητή, οι οποίες δεν έχουν αναδειχθεί έως σήμερα, εστιάζοντας σε ορισμένα παραδείγματα τοπικού, εθνικού και υπερ-εθνικού χαρακτήρα που δεν έχουν ληφθεί υπόψη στην περί του θέματος προβληματική. Όσο και αν, εκ πρώτης τουλάχιστον όψεως, φαντάζει περιεργό, οι περιπτώσεις που σχετίζονται με τον «εθνικό» ποιητή των Ελλήνων και θα παρουσιαστούν πιο κάτω κινούνται, ως επί το πλείστον, στη συνάφεια λογοτεχνίας και επιχειρηματικότητας, ήτοι στη χρήση του ονόματος και της μορφής του «εθνικοποιημένου» Σολωμού για οικονομικούς σκοπούς – ένα θέμα που, εξ όσων είναι γνωστά στον γράφοντα, δεν έχει απασχολήσει την έρευνα όσο θα άξιζε.

Άλλωστε, κάθε άλλο παρά λίγα είναι τα σχετικά παραδείγματα που θα μπορούσαν να αντληθούν από τη διεθνή εμπειρία. Δεν έχει κανείς παρά να διατρέξει τις σελίδες του Διαδικτύου για να διαπιστώσει πόσα ξενοδοχεία, καφέ ή εστιατόρια, λ.χ., έχουν ονοματοδοτηθεί, σε όλον τον κόσμο, από σπουδαιούς ανθρώπους των γραμμάτων (όπως οι Dante, Cervantes, Shakespeare, Dostoyevsky, Tolstói, Kafka, Pound κ.ά.) ή της τέχνης (καθώς οι Mozart, Beethoven, Strauss, Michelangelo, Da Vinci, Dalí, Picasso κ.ά.π.). Το φαινόμενο έχει το ενδιαφέρον του, όχι μόνο για τις ίδιες τις χώρες όπου έζησαν και δημιούργησαν λογοτέχνες ή καλλιτέχνες σαν και τους πιο πάνω, αλλά και για όσους συμπατριώτες τους τυχαίνει να έχουν εγκατασταθεί και να δραστηριοποιούνται σε όλα τα πλάτη και μήκη της υφής, διαχρονικά: πράγματι, πολλές τέτοιες επιχειρήσεις μπορούν να εντοπιστούν, πέρα από την Ιταλία, την Ισπανία, τη Ρωσία, την Τσεχία, τη Μεγάλη Βρετανία ή την Αυστρία, που είναι οι χώρες καταγωγής των προμνημονευθέντων δημιουργών, από τις ΗΠΑ έως την Αυστραλία, ακόμη και στο μακρινό Ανόι του Βιετνάμ ή οπουδήποτε αλλού μπορεί να ζουν μετανάστες που έχουν κοινή εθνική προέλευση με τους συγκεκριμένους συγγραφείς, συνθέτες και ζωγράφους – ή απλώς δρουν επιχειρηματίες που είναι αγνοί θαυμαστές αυτών των προσωπικοτήτων².

* Οφείλονται θερμές ευχαριστίες στον κ. Πάνο Καζάκο, ομότιμο καθηγητή του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, που δέχθηκε με προθυμία να διαβάσει μια πρώτη μορφή της παρούσας ανακοίνωσης.

1. Βλ. ενδεικτικά, Γιώργος Βελουδής, *Ο Σολωμός των Ελλήνων. Εθνική ποίηση και ιδεολογία: Μια πολιτική ανάγνωση*, [Αθήνα:] Εκδόσεις Πατάκη [2004] και Γιώργος Ανδρειωμένος, «Ο Σολωμός και το έθνος», *Κεφαλληνιακά Χρονικά*, 11 (2008), 173-200, όπου και η οικεία βιβλιογραφία.

2. Όπως παρατηρεί με ευστοχία και αριστική δόση χιούμορ ο κ. Πάνος Καζάκος, σε μήνυμα που απέστειλε στον γράφοντα μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στις 11.03.2018, ειδικά ως προς την «επιχειρηματική χρήση μεγάλων (εθνικοποιημένων) ονομάτων», θα είχε πολύ ενδιαφέρον η συγκριτική ανάλυση του όποιου ελληνικού παραδείγματος (εν προκειμένω, του Σολωμού) «φέρ' ειπείν με την Ιταλία ή και... απόμακρες χώρες όπως η Δανία (που είναι, ας πούμε, η "Ελλάδα του Βορρά" όσο εμείς είμαστε η "Δανία του Νότου")». Πώς αξιοποιούν και οι εκεί επιχειρηματίες ονόματα εθνικής εμβέλειας; Υποθέτω ότι θα διαπίστωνε κανείς διαφορές τουλάχιστον ως προς την επιλογή των χρήσεων (δεν φαντάζομαι π.χ. κρεοπωλείο με το όνομα Δάντης στην Ιταλία) και ως προς τη γενικότερη ονοματοδοσία προϊόντων και επιχειρήσεων στο πλαίσιο των επιχειρηματιών στρατηγικών. Οι νονοί προσπαθούν σίγουρα να ταιριάζουν όνομα και προϊόν. Και οι Βρυξέλλες (ΕΕ) δίνουν σε προγράμματα ονόματα που έχουν εγγραφεί στην ευρωπαϊκή πνευματική παράδοση (π.χ. Έρασμος, Σωκράτης...). Υπό την επιφύλαξη των Βρυξελλών τέτοια ονόματα δίνονται και σε διάφορα προγράμματα καινοδιαχείρισης πόρων παρ' ημίν (Καποδιστριας, Καλλιμαράτης...). Μόνον οι πολιτικοί επιχειρηματίες μας δεν το κάνουν για τα κόμματά τους όπου φαίνεται ότι προτιμούν τον καιρό (Ανοιξη!) ή τη φύση (το ποτάμι). Αλλά, ποιος ξέρει, μπορεί στο μέλλον να δούμε κόμμα με κύριο τίτλο "Κίνημα αναμόρφωσης ο Διονύσιος Σολωμός" από κάποιον που έχει παρερμηνεύσει τη δυναμική του συστήματος...»

Για να μην ειπωθεί, βέβαια, πόσες πασίγνωστες πολυεθνικές εταιρείες έχουν αντλήσει τα ονόματά τους από την ελληνική ή τη ρωμαϊκή αρχαιότητα...



Επιχειρήσεις ανά τον κόσμο (ξενοδοχεία, café, εστιατόρια) με ονόματα γνωστών λογοτεχνών και καλλιτεχνών



Μερικές γνωστές πολυεθνικές εταιρείες με ονόματα από την ελληνική και ρωμαϊκή αρχαιότητα

Χαρακτηριστικό δείγμα τέτοιας επιλογής, καθαρά «ελληνικού» ενδιαφέροντος, μας παρέχει η πασίγνωστη διεθνώς φίρμα σοκολατοποιίας «Leonidas», η οποία αριθμεί ήδη πάνω από εκατό χρόνια ζωής. Εμπνευστής και ιδρυτής της υπήρξε ο Καππαδοκικής καταγωγής Ελληνοαμερικανός ζαχαροπλάστης Λεωνίδας Κεστειίδης (1876-1954)³, που ξεκίνησε να δραστηριοποιείται στο Βέλγιο ήδη από τη δεύτερη δεκαετία του 20^{ου} αιώνα, ανοίγοντας αρχικά τείσποτεια και ζαχαροπλαστεία: η επιχείρηση έμελλε να απογειωθεί τις επόμενες δεκαετίες, υπό τη διεύθυνση του ανιψιού του, Βασιλείου Κεστειίδη (†1970), ο οποίος το 1937 κατοχύρωσε το όνομα και το λογότυπο της εταιρείας, που βασίστηκε στο μαρμάρινο άγαλμα του συνονόματου του ιδρυτή της σοκολατοποιίας αρχαίου βασιλιά της Σπάρτης, το οποίο βρίσκεται στο μουσείο της συγκεκριμένης πόλης. Ο σκοπός της επιλογής του λογότυπου ήταν προφανής: ο αρχαίος Λεωνίδας, πέρα από το ότι έφερε το ίδιο όνομα με τον θεμελιωτή της σοκολατοποιίας, καταδείκνυε τις ελληνικές ρίζες της επιχείρησης και λειτουργούσε ως σημείο αναφοράς για την ευρωπαϊκή (και τη δυτική, γενικότερα) κουλτούρα.



Περιττό, βέβαια, να τονιστεί ότι όλα τα προαναφερθέντα παραδείγματα κατέχουν κεντρική θέση όχι μόνο στους επιμέρους λογοτεχνικούς / καλλιτεχνικούς «εθνικούς κανόνες» και το ιστορικό παρελθόν των εθνών στα οποία αναφέρονται, αλλά και στη διαμόρφωση του παγκόσμιου πολιτιστικού κανόνα και πως, στις περισσότερες τουλάχιστον περιπτώσεις, τα χρησιμοποιούμενα ονόματα παραπέμπουν στη φύση των υπηρεσιών που παρέχουν οι εταιρείες που τα έχουν υιοθετήσει.

Καιρός, ωστόσο, η συζήτηση να επανέλθει στο παράδειγμα του Διονυσίου Σολωμού. Σε γενικές γραμμές, είναι γνωστό ότι ο Ζακυνθινός βάρδος καθιερώθηκε ως λογοτεχνική φυσιογνωμία της εποχής του, αρχικά, μέσα στα όρια του Ηνωμένου Κράτους των Ιονίων Νήσων. Ήδη από τα χρόνια της νεότητάς του στη Ζάκυνθο (1818-1828) είχε προκαλέσει τόση αίσθηση, ώστε να είναι αυτός που επέλεξε στα 1822 ο Σπυρίδων Τρικούπης (1788-1873), προκειμένου να τον πείσει πως επέρωτο να καταστεί ο Δάντης του Ελληνικού Παρνασσού. Ήταν δε τέτοια η φήμη και η αναγνωρισιμότητά του στα όρια της Επτανήσου, που λέγεται πως η φρουρά των ανακτόρων του Άγγλου αρμοστή στην Κέρκυρα τού απέδιδε τιμές όταν διάβαινε από εμπρός της, ενώ αριετά ποιήματά του διαδόθηκαν στόμα με στόμα, αντιγράφηκαν σε χειρόγραφα, μελοποιήθηκαν και τραγουδήθηκαν (όπως και τραγουδιούνται) ως παραδοσιακά, σχεδόν, άσματα, δίχως να τα έχει δημοσιεύσει ο δημιουργός τους ενόσω ζούσε. Όταν, μάλιστα, πέθανε στα 1857, ήταν πάνδημη η θλίψη: το θέατρο της Κέρκυρας έκλεισε για κάποιες ημέρες, το ίδιο και η Ιόνιος Βουλή, που διέκοψε τις εργασίες της και κήρυξε πένθος για τον χαμό του, τη στιγμή που επικήδειοι εκφωνούνταν σε διάφορες εκκλησίες των Ιονίων Νησιών. Και ήταν αρχικά ο συμπατριώτης του Παναγιώτης Χιώτης (1814-1896), στα 1857, και κυρίως ο Κερκυραίος Ιάκωβος Πολυλάς (1825-1896), ο πιο αγαπημένος από τους μαθητές του, στα «Προλεγόμενα» του 1859, που προσαγόρευσαν τον Σολωμό «εθνικό ποιητή». Αλλά και στο αθηναϊκό κέντρο του νεοσύστατου ελλαδικού βασιλείου κάθε άλλο παρά άγνωστος ήταν ο δημιουργός όσο βρισκόταν εν ζωή: μπορεί να μην αντιμετωπιζόταν από τους εκεί διαβιούντες κριτικούς και ομοτέχνους του ως ποιητική αυθεντία, και κάποιιοι εξ αυτών να διατηρούσαν επιφυλάξεις για την αξία του, αλλά οι περισσότεροι δεν τον απέρριπταν εντελώς, ενώ υπήρξαν και θετικές αντιδράσεις δημοσιευμένες στα έντυπα της πρωτεύουσας, ιδίως με το άγγελμα του θανάτου του.

3. Ως έτη γέννησής του, παραδίδονται, ακόμη, το 1882 και το 1883, ενώ ως χρονιά θανάτου του, το 1948.

Τηρουμένων, βέβαια, των αναλογιών, και λαμβανομένου υπόψη ότι ο ποιητής έζησε και άκμασε στο Ηνωμένο Κράτος των Ιονίων Νήσων, έστω και υπό Βρετανική Προστασία, θα μπορούσε να υποστηριχθεί η άποψη ότι υπήρξε ένα είδος «εθνικού» ποιητή για τους συμπατριώτες του στα όρια αυτού του κράτους, πριν ακόμη πεθάνει. Ωστόσο, η «εθνικοποίηση» του Σολωμού, που, όπως ειπώθηκε, είχε ξεκινήσει σχεδόν αμέσως μετά τον θάνατό του, σε τοπικό, πρωτίστως, επίπεδο, παγιώθηκε από τη δεκαετία του 1860 και εξής, και ιδιαίτερα μετά την Ένωση της Επτανήσου με το ελληνικό κρατίδιο, στα 1864, οπότε τα Ιόνια Νησιά και η πρωτεύουσά τους Κέρκυρα μετατράπηκαν, από αυτοτελής κρατική οντότητα και πνευματικό κέντρο, αντίστοιχα, σε πολιτική και πολιτιστική περιφέρεια της Ελλάδας και της Αθήνας – όσο και αν η σχετική διαδικασία ενσωμάτωσης πήρε αρκετά χρόνια για να ολοκληρωθεί, ιδίως στον χώρο των γραμμάτων και του πολιτισμού. Σε μιαν εποχή που, σε όλη την Ευρώπη, σχηματίζονται νέα «εθνικά κράτη», τα οποία χρειάζονται να μορφοποιήσουν την ταυτότητα όσων τα κατοικούν σε σχέση με το *χρονικό βάθος* και τη *συνέχεια* του ιστορικού τους παρελθόντος, επιχειρώντας παράλληλα να διαμορφώσουν μια κοινή «εθνική» γλώσσα και ιδεολογία, προκύπτει η ανάγκη να εγχαθιδρωθούν και να προβληθούν και οι αντίστοιχοι «εθνικοί ποιητές», ως μπροστάρηδες και κατεξοχήν εκφραστές της «εθνικής» ποίησης. Έτσι, ιδίως μετά το 1865, όταν οι δύο πρώτες στροφές του *Ύμνου εις την ελευθερίαν*, σε μελοποίηση του Νικολάου Μαντζάρου (1795-1872), καθιερώνονται με Βασιλικό Διάταγμα ως «εθνικός ύμνος» της Ελλάδας, ο Σολωμός, πολύ γρήγορα, από «τοπικό» (σε σχέση με τα νέα συμφραζόμενα) φαινόμενο γίνεται πανελλήνιο (πάλι με τη σημασία που είχε ο συγκεκριμένος όρος τότε, δηλαδή πρωτίστως στα όρια του μετά το 1864 ελλαδικού κράτους). Όπως είχε ο υπογραφόμενος την ευκαιρία να υποστηρίξει και αλλού, ας μη γελιόμαστε:

Παρά την εμπνευσμένη προσπάθεια του Ιακώβου Πολυλά να καταδείξει στα προαναφερθέντα «Προλεγόμενα» του το βάθος και την ουσία του συνολικού σολωμικού έργου, το συγκεκριμένο ποίημα ήταν που ανέδειξε ως ποιητή τον Σολωμό και στην πρώιμη φάση της πρόσληψής του· μπορεί αυτό να απέβη εις βάρος της «αισθητικής αξίας» της υπόλοιπης δημιουργίας του, αλλά τούτο συνάγεται από αρκετές συναφείς μαρτυρίες: ο *Ύμνος* ως κατεξοχήν έργο της Επανάστασης, αλλά και η ευρύτερη σχέση του ποιητή με τα συμφραζόμενα της Εθνεγερσίας, του προσπόρισαν, σε σημαντικό βαθμό, δόξα από πολύ ενωρίς. Από τη στιγμή δε που μέρος του *Ύμνου* έγινε και επίσημα το «εθνικόν άσμα» των Νεοελλήνων, ήταν αναπότρεπτο ο δημιουργός του να «επιβληθεί» ως «εθνικός ποιητής», όχι μόνο στα μάτια των πολιτειακών αρχών αλλά και στο ευρύτερο κοινωνικό σύνολο. Και διαχωρίζουμε, βέβαια, την επίσημη πολιτεία και το πλατύ κοινό από τους ειδικότερους κριτικούς του και την επιβίωσή του στους μεταγενέστερους ομοτέχνους του, αφού για τους τελευταίους υπήρξε μάλλον καθοριστική η πολυαϊκή συμβολή των «Προλεγόμενων».⁴

Σιγά-σιγά, η πολιτεία θα τον «θεσμοποιεί» ολοένα και περισσότερο: ο *Ύμνος* (και άλλα σολωμικά ποιήματα) θα αρχίσουν να φιγουράρουν στις σελίδες των σχολικών αναγνωσμάτων, ανδριάντες θα στήνονται προς τιμήν του, εκδηλώσεις θα θεσπίζονται για τον εορτασμό της εκατονταετηρίδας ή των διακοσίων χρόνων από τη γέννησή του και του ενός αιώνα από τον θάνατό του. Μάλιστα, για τα τελευταία, το ελληνικό κράτος θα προχωρήσει και στην κοπή νομισμάτων και αναμνηστικών μεταλλίων, καθώς και στην έκδοση γραμματοσήμων – δημιουργώντας, δηλαδή, αντικείμενα με ανταλλακτική (πέρα από συλλεκτική) αξία. Με τον τρόπο αυτό, ανεπαίσθητα (και για τούτο, ενδεχομένως, πιο αποτελεσματικά), ο Σολωμός θα «εθνικοποιείται» και θα παγιώνεται όλο και ευρύτερα, αφού η μορφή του θα κυριαρχεί σε αντικείμενα με πλατιά καθημερινή χρήση, στην οποία κυριαρχούν οι οικονομικές συναλλαγές· νομίσματα θα περνούν από τα χέρια του ενός Έλληνα στο άλλο, γραμματόσημα θα επικολλώνται σε χιλιάδες επιστολές εντός της ελλαδικής επικράτειας και οι συλλέκτες θα έχουν την ευκαιρία να εμπλουτίσουν τη συλλογή τους με ένα συλλεκτικό μετάλλιο, πληρώνοντας πάντα το αντίστοιχο τίμημα· και όλ' αυτά, με τον ποιητή να θωρεί, μνημειοποιημένος έστω, τα εκατομμύρια χρήστες τέτοιων αντικειμένων και τους τελευταίους να τον βλέπουν, με τη σειρά τους, πολλές φορές την ημέρα και να τον αισθάνονται πιο «δικό» τους.

4. Γιώργος Ανδρειωμένος, *ό.π.*, 193-194.



Γραμματόσημα για τα εκατό χρόνια από τον θάνατο του Διονυσίου Σολωμού (1857-1957) και με τη μορφή του (1996)



Πεντητάδραχμο για τη σολωμική διακοσιετηρίδα (1998), εικοσάδραχμο (2000) και συλλεκτικό νόμισμα (2017) με τη μορφή του Διονυσίου Σολωμού



Αναμνηστικά μετάλλια της Βουλής των Ελλήνων με τη μορφή του Σολωμού και του Ρήγα (1998)

Ενδιαφέρον, ωστόσο, έχει να δει κανείς τον αντίκτυπο του «εθνικοποιημένου» Σολωμού στον κόσμο της ελληνικής επαρχίας – και όχι μόνο της πολιτείας, σε κεντρικό επίπεδο. Και τούτο γιατί έχει σημασία να διαπιστωθεί αν το «φαινόμενο Σολωμός», που ξεκίνησε από «τοπικό» και κατέστη πανελλήνιο, ήτοι «εθνικό», σημαίνει κάτι για τους ανθρώπους του μόχθου σε διαφορετικές γωνιές της Ελλάδας. Σίγουρα, πολλοί εξ αυτών, όπως η αείμνηστη γιαγιά του γράφοντος, γεννημένη το 1909, που είχε φτάσει έως την τρίτη τάξη του τότε δημοτικού σχολείου, θα γνώριζαν τον ποιητή ως δημιουργό του «εθνικού ύμνου»· ίσως, μάλιστα, εξ αυτού ακριβώς του λόγου, να ήταν και ο μόνος Νεοέλληνας ποιητής που τους ήταν γνωστός. Πόσοι, όμως, από αυτούς θα είχαν τη διάθεση ή θα έπαιρναν την πρωτοβουλία να «αξιοποιήσουν» τον διάσημο Ζακυνθινό, για να διαφημίσουν την επιχείρησή τους; Και αν το έπρατταν, πώς θα το οργάνωναν; Θα περίμεναν, άραγε, να προκληθεί η περιέργεια των πελατών τους και να αυξηθούν οι πωλήσεις των προϊόντων τους;

Μια τέτοια, ενδιαφέρουσα, περίπτωση είναι η ακόλουθη, που σχετίζεται με το Αίγιο και χρονολογείται στα τέλη του 19^{ου} και στις αρχές του 20^{ου} αιώνα⁵. Πιο συγκεκριμένα, το 1896 ξεκινά στην παράκτια αυτή πόλη της Αχαΐας (τη μεσαιωνική Βοστίτσα), στη γωνία Ερμού 1 και Εισοδίων, η λειτουργία συνεταιριστικού ποτοποιείου από τους Κωνσταντίνο Στασινόπουλο και Σπύρο Ανδρικόπουλο. Η επιχείρηση είναι πλήρως εξοπλισμένη, περιβάλλεται από εντυπωσιακές βιτρίνες, στο εσωτερικό της έχουν τοποθετηθεί για τους θαμώνες καλαίσθητα μαρμάρινα τραπεζάκια, στους

5. Ευχαριστώ τη φιλόλογο κ. Β. Μπεντεβή για την αποστολή του απαραίτητου συναφούς εικονογραφικού και πληροφοριακού υλικού.

τοιχούς της φιγουράρουν ρεκλάμες με τα πωλούμενα προϊόντα, ενώ στα ράφια της είναι τοποθετημένες πλήθος φιάλες με άφθονα ποτά και ούζο τα οποία παρασκευάζαν οι ιδιοκτήτες της σε μικρές φάμπρικες που βρίσκονταν στην κάτω μεριά του Αιγίου. Έξι δε χρόνια αργότερα, το 1904, παραχωρείται από αυτούς η αριστερή γωνία του μαγαζιού τους στον Στέλιο Σολωμό, προκειμένου να ανοίξει καπνοπωλείο, με όλα τα απαραίτητα είδη ενός τέτοιου καταστήματος (τσιγάρα, πούρα, πίπες κ.λπ.).

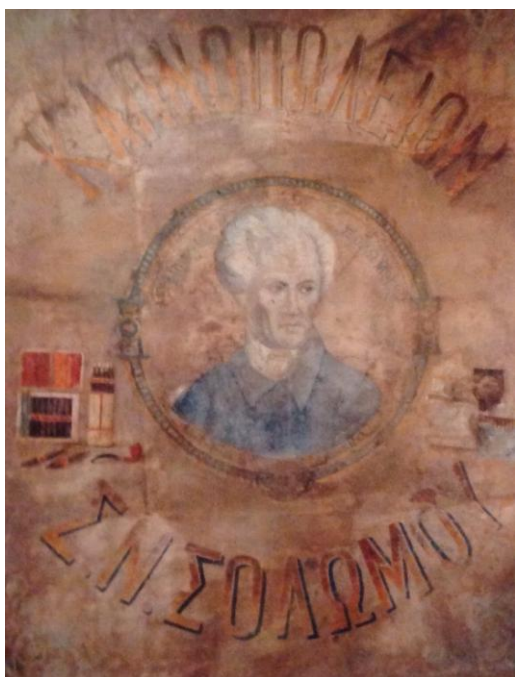


Όψεις του εσωτερικού του Ποτοπωλείου Στασινόπουλου - Ανδρικόπουλου, όπως εκτίθενται στο Δημοτικό Ιστορικό και Λαογραφικό Μουσείο Αιγίου



Φωτογραφία του Ποτοπωλείου Στασινόπουλου - Ανδρικόπουλου και του Καπνοπωλείου Σολωμού πριν από την κατεδάφισή του στα 1990

Ο συνονόματος του διάσημου Ζακυνθινού βάρδου δεν χάνει την ευκαιρία να διαφημίσει το καπνοπωλείο του: απευθύνεται στον ζωγράφο-αγιογράφο Δημήτρη Φανέλλη (Μιμίκο), υιό του σημαντικού Σμυρνιού καλλιτέχνη Κωνσταντίνου Φανέλλη (ή Χατζηφανέλλη και Χατζηκωνταντή, 1791-1863), ο οποίος θεωρείται εισηγητής της νεοαναγεννησιακής θρησκευτικής ζωγραφικής στην Ελλάδα και έζησε επί πολλά έτη στο Αίγιο, μαζί με την Αιγιώτισσα σύζυγό του Ελένη Νταλάκα και τα τέσσερα παιδιά του – από το 1836, οπότε κλήθηκε να διακοσμήσει τον Μητροπολιτικό Ναό της Φανερωμένης, ίσαμε τον θάνατό του· ο Μιμίκος, που ακολούθησε την τεχνική του πατρός του και άφησε σημαντικό αριθμό έργων σε διάφορες εκκλησίες της Αιγιαλείας, ανέλαβε να φιλοτεχνήσει πίνακα ύψους ενάμιση μέτρου και πλάτους ενός μέτρου και είκοσι πέντε εκατοστών, που στο κέντρο του είχε την προσωπογραφία του «εθνικού» ποιητή και περιμετρικά αυτού την επιγραφή: «Καπνοπωλείον Σ. Ν. Σολωμού» και απεικονίσεις ειδών καπνιστού.



Λεπτομέρεια από τον πίνακα του Δημητρίου Φανέλλη (Μιμίκου) για το Καπνοπωλείο του Σ. Ν. Σολωμού και αναπαράσταση μέρους του καταστήματος στο Δημοτικό Ιστορικό και Λαογραφικό Μουσείο Αιγίου

Άραγε, ήταν ο Στυλιανός Σολωμός που ζήτησε να δεσπόσει ο συνεπάνυμός του ποιητής στον διαφημιστικό πίνακα που παρήγγειλε, ή ο Δημήτριος Φανέλλης που επέλεξε τον Ζακύνθιο δημιουργό ως κεντρικό θέμα της ζωγραφιάς του, λόγω της συνωνυμίας του με τον Αιγιώτη καπνοπώλη; Όπως και νά 'χει, ένα φαντάζει σίγουρο: στο επαρχιακό Αίγιο των αρχών του 20^{ού} αιώνα, ο Διονύσιος Σολωμός λειτουργούσε ως σύμβολο που είχε κατά πολύ ξεπεράσει τα όρια της γενέτειράς του και της Επτανήσου: είχε ήδη καταστεί «εθνικός», σε τέτοιο βαθμό, που άνετα μπορούσε να επιστρατευθεί και για εντελώς «τοπικά» προσδιορισμένη χρήση – ακόμα και με καθαρά επιχειρηματική στόχευση.

Με επιχειρηματικές, άλλωστε, δραστηριότητες σχετίζονται τρεις τουλάχιστον νεότερες χρήσεις του «εθnikοποιημένου» Σολωμού, «τοπικού», πάλι, χαρακτήρα – και μάλιστα συνδεδεμένες με χώρους όπου έζησε ο ποιητής: πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά την πρώτη από αυτές, αυτοί που επισκέπτονται τα τελευταία χρόνια το «άνθος της Ανατολής» (αλλά και την Κεφαλονιά στο Ιόνιο ή τις Κυκλάδες στο Αιγαίο Πέλαγος) γνωρίζουν ότι ένα από τα πλοία των Ζακυνθινών Ακτοπλοϊκών Γραμμών («Zante Ferries») φέρει το όνομα του διάσημου δημιουργού. Είναι προφανές ότι οι λόγοι που οδήγησαν την εν λόγω εταιρεία να «βαφτίσει» το συγκεκριμένο πλοίο «Διονύσιος Σολωμός» μπορούν να συσχετιστούν άμεσα με τη Ζάκυνθο και τα Επτάνησα, για τα οποία ο ποιητής συνεχίζει να φιγουράρει ως ένα είδος ισχυρού «σήματος πολιτιστικού κατατεθέντος» (όπως συμβαίνει και με τον Ανδρέα Κάλβο που έχει χαρίσει το ονοματεπώνυμό του σε άλλο πλοίο της ίδιας επιχείρησης): ενδέχεται, όμως, μια τέτοια επιλογή να συνδέεται και με τη διαφαινόμενη φιλομουσία των ιδιοκτητών της επιχείρησης, αφού έτερο πλοίο των «Zante Ferries» φέρει το όνομα «Αδαμάντιος Κοραής». Το βέβαιο είναι πως διά του τρόπου αυτού, ειδικά ως προς τον συζητούμενο εδώ δημιουργό, η τοπικής προέλευσης ναυτιλιακή εταιρεία ταξιδεύει διά του Σολωμού εντός αλλά και εκτός του χώρου με τον οποίο σχετίζονται τόσο η ίδια όσο και ο ποιητής, θυμίζοντας πως το όνομα που χρησιμοποιεί για το πλοίο της παραμένει ένα είδος «συμβόλου», όχι μόνο για τα Ιόνια Νησιά αλλά και για την Ελλάδα, ευρύτερα⁶.

6. Αντίστοιχες παρατηρήσεις θα μπορούσαν να γίνουν και για ορισμένα πλοία άλλων εταιρειών, που επίσης φέρουν ονόματα γνωστών λογοτεχνών (π.χ. «Βιτσέντζος Κορνάρος», «Νίκος Καζαντζάκης» και «Οδυσσεάς Ελύτης»).



Το πλοίο «Διονύσιος Σολωμός», των «Zante Ferries»

Αντίστοιχης τάξεως (όσο και αν, σε μίαν πρώτη προσέγγιση, φαντάζει διαφορετική) είναι μια άλλη «επιχειρηματική» χρήση του «εθνικοποιημένου» Διονυσίου Σολωμού, σε «τοπικό» / ζακυνθινό επίπεδο. Πράγματι, προξενεί ιδιαίτερη εντύπωση στον επισκέπτη της πόλης της Ζακύνθου η προσωπογραφία του ποιητή που έχει τοποθετηθεί σε ρειλάμα της πρόσοψης του καταστήματος «Ζακυνθινή Απόλαυση», το οποίο βρίσκεται στην παραλία της Χώρας (στην οδό Λομβάρδου 12), δίπλα στο ξενοδοχείο «Αίγλη», και εμπορεύεται παραδοσιακά προϊόντα του νησιού, ανάμεσα στα οποία δεσπόζει το μαντολάτο, αλλά και το παστέλι ή οι μάντολες. Η δε απεικόνιση της μορφής του δημιουργού συνοδεύεται από την εύγλωττη επιγραφή: *Ο δικός μας ποιητής, | ο μεγάλος Έλληνας | Διονύσιος Σολωμός*. Μάλιστα, την ίδια ρειλάμα μπορεί να δει κανείς και στο εργαστήριο αυτής της οικογενειακής επιχείρησης των αδελφών Γιατρά, που βρίσκεται στην περιοχή Παναγούλα, ένα μόλις χιλιόμετρο από την πόλη της Ζακύνθου, πηγαίνοντας προς το Αργάσι ή το Καλαμάκι, καθώς και στο προσπέκτους που διανέμεται στους επισκέπτες του μαγαζιού. Και σε αυτήν την περίπτωση, η αναγωγή από το «τοπικό» στο «εθνικό» και ταυτόχρονα καθίσταται περισσότερο από εμφανής: ειδικά για τους Ζακυνθινούς, ο Σολωμός είναι πάντα «ο δικός τους» ποιητής, παραμένοντας ταυτόχρονα «ο μεγάλος Έλληνας». Για τούτο και η διασύνδεση της μορφής του ποιητή με τα χαρακτηριστικότερα παραδοσιακά προϊόντα του γενέθλιου νησιού του δεν αποτελεί απλώς μια διαφημιστικού τύπου επιχειρηματική επιλογή· μαρτυρά ταυτόχρονα τη βιωματική σχέση του Ζακυνθινού επιχειρηματία με το πολιτιστικό του παρελθόν και την αγωνία του να παραμείνει αυτό ενεργό. Παράλληλα, δείχνει το πώς ο ιδιοκτήτης της ζακυνθινής επιχείρησης αντιλαμβάνεται τη σχέση του τόπου του με την εθνική ολότητα, μέσω (ποιου άλλου;) του Σολωμού, που, όπως ήδη ειπώθηκε, από αρχικά «τοπικό φαινόμενο» κατέστη «εθνικό σύμβολο».



Η πρόσοψη του καταστήματος και του εργαστηρίου της επιχείρησης «Ζακυνθινή Απόλαυση» στη Ζάκυνθο

Ας σημειωθεί εδώ, παρεμπιπτόντως, ότι η επίσης ζακυνθινή οινοποιία «Solomos Wines», που εκτός από διάφορα είδη κρασιών (μεταξύ των οποίων συγκαταλέγονται και παραδοσιακοί τοπικοί οίνοι), παράγει και συσκευάζει έξτρα παρθένο ελαιόλαδο, δεν σχετίζεται με τον «εθνικό» ποιητή, όπως εύλογα θα μπορούσε να υποθέσει κανείς⁷, αλλά με τους αδελφούς Τάση και Διονύση Σολωμό, που είναι και οι ιδιοκτήτες της.



Προϊόντα που παράγονται από την εταιρεία των Ζακυνθινών επιχειρηματιών Τάση και Διονύση Σολωμού

Η τρίτη σύγχρονη χρήση του «εθνικοποιημένου» Διονυσίου Σολωμού σε καθαρά «τοπικό» πλαίσιο, και πάλι επτανησιακό, διαπιστώνεται στην Κέρκυρα – χώρο όπου, άλλωστε, έζησε μεγάλο μέρος της ζωής του, άκμασε λογοτεχνικά και, γενικότερα, καθιερώθηκε ως πνευματική φυσιογνωμία. Η παρουσία του Σολωμού στη συνείδηση των σημερινών Κερκυραίων μπορεί να μην είναι, βέβαια, τόσο έντονη όσο σε εκείνη των Ζακυνθινών συμπατριωτών του· ωστόσο, ο ποιητής συνεχίζει να αποτελεί σημαντικό κεφάλαιο του πολιτιστικού αποθέματος του νησιού των Φαιάκων, μιας και εκεί, πέραν των άλλων, βρίσκονται αριστέες υλικές ενθυμήσεις του βίου του. Έτσι, δεν προξενεί μεγάλη εντύπωση το γεγονός ότι μια από τις εμβληματικότερες τουριστικές επιχειρήσεις της Κέρκυρας, το ξενοδοχείο *Corfu Palace*, επέλεξε να δώσει το όνομα του «εθνικού» ποιητή στο τριακοσίωμ πενήντα θέσεων συνεδριακό του κέντρο, το οποίο, ας σημειωθεί, μπορεί να χωριστεί σε τρεις μικρότερες αίθουσες, που επίσης έχουν ονοματοδοτηθεί από φημισμένα τέχνα της κερκυραϊκής (και όχι μόνο) πολιτιστικής κληρονομιάς (Νικόλαος Μάντζαρης, Σπύρος Σαμάρας και Κωνσταντίνος Θεοτόκης). Ο κύριος λόγος για την πιο πάνω επιλογή είναι, και πάλι, μάλλον προφανής: μια αίθουσα προβολής της τέχνης και του πολιτισμού, σε μιαν επιχείρηση κύρους, που επιδιώκει να ξεπεράσει τα στενά τοπικά δεδομένα της Κέρκυρας και να πρωταγωνιστήσει και σε πανελλήνιο, τουλάχιστον, επίπεδο, μπορεί κάλλιστα να συνδεθεί με έναν «τοπικό» αλλά και «εθνικό» μύθο, καθώς και με πρόσωπα που άφησαν έντονα το στίγμα τους στη λογοτεχνία και στη μουσική, όχι μόνο του νησιού, αλλά και της νεότερης Ελλάδας. Και δεν είναι άνευ σημασίας η επιλογή των εμπνευστών αυτής της πρωτοβουλίας να δώσουν το όνομα «Διονύσιος Σολωμός» στο σύνολο του πιο πάνω συνεδριακού κέντρου, καταδεικνύοντας με αυτόν τον τρόπο τη δεσπόζουσα παρουσία του ποιητή, όχι μόνο ως προς τα τοπικά αλλά και ως προς τα εθνικά συμφραζόμενα, σε σχέση με τους υπόλοιπους τρεις δημιουργούς, με τα επώνυμα των οποίων «βάφτισαν» τις επιμέρους αίθουσες του συγκεκριμένου κέντρου: ναι μεν υπήρξαν σπουδαίοι και οι τρεις, με έργο που, υπό προϋποθέσεις, ξεπερνά τα στενά ελλαδικά σύνορα, αλλά κανείς εξ αυτών δεν κατέχει τη φήμη του «εθνικού» ποιητή στο ευρύτερο κοινό⁸.

7. Βλ. π.χ. Γιώργος Βελουδής, *ό.π.*, 32-33· πρβλ. Γιώργος Ανδρειωμένος, *ό.π.*, 198 σημ. 73.

8. Ο δεύτερος συχνότερα αποκαλούμενος «εθνικός ποιητής» είναι ο Κωστής Παλαμάς. Ωστόσο, σε πολλά συναφή άρθρα και διαδικτυακές εγγραφές, αν δίπλα στο εθνικό προστεθεί η κτηνιακή αντωνυμία *μας*, τότε, στη συντριπτική πλειονότητα των περιπτώσεων, ακολουθεί το όνομα του Διονυσίου Σολωμού.



Το συνεδριακό κέντρο «Διονύσιος Σολωμός» στο ξενοδοχείο *Corfu Palace*

Επίσης, στον χώρο των επιχειρήσεων εντάσσονται άλλες τρεις τέτοιες χρήσεις του «εθνικού» ποιητή, δύο εκ των οποίων είναι πολιτιστικού προσανατολισμού και εδρεύουν σε αστικά κέντρα, ενώ μία λειτουργεί σε «υπερ-τοπικό» και «υπερ-εθνικό» επίπεδο, αφού δραστηριοποιείται στις ΗΠΑ και στον Καναδά. Αυτό, εκ πρώτης όψευς, φαντάζει τουλάχιστον περίεργο· πώς είναι δυνατόν, θα μπορούσε να αναλογιστεί κανείς, επιχειρηματίες εκτός Επτανήσου να επιστρατεύουν τον «εθνικό» Σολωμό για να ονοματίσουν τις επιχειρήσεις ή προϊόντα τους; Και όμως, το πράγμα δεν είναι και τόσο δυσεξήγητο: για παράδειγμα, η ονομασία «Διονύσιος Σολωμός» που έχει δοθεί σε ιδιωτικά εκπαιδευτήρια της πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης στην Αγία Παρασκευής Αττικής (οδός Κανάρη 33 και Αμοργού, υπό τη διεύθυνση του κ. Παντελή Χ. Μπουιάλα) φαίνεται απολύτως συμβατή με τον *ορίζοντα της προσδοκίας* των γονιών και των μαθητών του σχολείου· η σιγή του μεγάλου Επτανήσου και Έλληνα δείχνει να «σκεπάζει» προστατευτικά ένα υψηλού επιπέδου πρόγραμμα σπουδών που επιθυμεί να προκρίνει την *παιδεία* έναντι της *εκπαίδευσης* (σύμφωνα με το μότο των εκπαιδευτηρίων), ενώ προσδίδει σε αυτό το απαιτούμενο «κύρος», διότι πολλοί θα είναι αυτοί που, ενδεχομένως, θα το συσχετίσουν, αφενός μεν, με τη στέρεη θέση του «εθνικού» ποιητή στον Ελληνικό Παρνασσό και στην ελλαδική κοινωνία, αφετέρου δε, με την ποιότητα της ποιητικής κατάθεσης του Ζακυνθινού βάρδου η οποία χαρακτηρίζεται πρωτίστως για το άρτιο αισθητικό της αποτέλεσμα. Και αυτά, βέβαια, θα πρέπει να έπαιζαν τον ρόλο τους στην επιλογή του ονόματος του σχολείου από τους ιδιοκτήτες του – πέρα από το ότι οι ίδιοι μπορεί να είναι θαυμαστές του σολωμικού έργου. Σε κάθε περίπτωση, φαίνεται απόλυτα φυσιολογική η προτίμηση ενός επιχειρηματία στον χώρο της παιδείας να συνδέσει τα εκπαιδευτήριά του με το κατεξοχήν εμβληματικό πρόσωπο των νεοελληνικών γραμμάτων· για τούτο και το λογότυπο του σχολείου δεν είναι άλλο από την υπογραφή του ίδιου του δημιουργού.



ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΡΙΑ «ΔΙΟΝΥΣΙΟΣ ΣΟΛΩΜΟΣ» ΚΑΝΑΡΗ 33 & ΑΜΟΡΓΟΥ, 153 43 ΑΓ. ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΤΗΛ.: 2106396791. ΦΑΞ: 2106395205

Ο χώρος των Ιδιωτικών Εκπαιδευτηρίων «Διονύσιος Σολωμός» και το λογότυπό τους

Εύλογη, επίσης, φαίνεται και η επιλογή του επιχειρηματία κ. Γεωργίου Σπηλιώτη να δώσει το όνομα του ποιητή σε καφέ-βιβλιοπωλείο και αίθουσα εκδηλώσεων στο κέντρο της Αθήνας – κάτι που στη συγκεκριμένη περίπτωση ενισχύεται από το γεγονός ότι η εν λόγω επιχείρηση βρίσκεται στο ισόγειο και στον πρώτο όροφο κτιρίου επί της οδού Σολωμού 3, στα Εξάρχεια. Ακόμη, δηλαδή, και στην καρδιά της πιο ανήσυχης γειτονιάς της Αθήνας, με τα διάσπαρτα στέκια πρωτοποριακών (αν όχι προωθημένων) ιδεολογικών και αισθητικών αναζητήσεων, η φιγούρα του «εθνικού» ποιητή, έστω και πληγωμένη από τις πετριές κάποιων εξεγερμένων νέων, κοσμεί γυάλινη πινακίδα στο εξωτερικό του οικείου κτίσματος και δείχνει ότι παραμένει «σταθερή αξία» στο αναγνωστικό και καλλιτεχνικό χρηματιστήριο... Με άλλα λόγια, στην αρχή της οδού Σολωμού, δίπλα ακριβώς στην πλατεία Εξαρχείων, η «τραυματισμένη», έστω, μορφή του Επτανήσιου δημιουργού στην οικεία πινακίδα μαρτυρά ότι μπορεί να συνυπάρξει αρμονικά η κορυφή του νεοελληνικού λογοτεχνικού κανόνα με την αμφισβήτηση και (κάποτε) την απόπειρα ανατροπής της παράδοσης και κάθε ανάλογου κανόνα. Ίσως ακριβώς επειδή ο Σολωμός, παρά την ευγενική καταγωγή του, υπήρξε αριετά αντισυμβατικός σε πολλές παραμέτρους της καθημερινότητάς του, ενώ αναδείχθηκε πρωτοπόρος και ρηξικέλευθος, αναμορφωτής και πειραματιστής σε τόσες εκφάνσεις του έργου του... Για τούτο, πέρα από τον καλλιτεχνικό-πνευματικό προσανατολισμό της πιο πάνω επιχείρησης, που «ταιριάζει γάντι» με τον ποιητή, ο ίδιος δεν φαντάζει τόσο «ανοίκειος» στη συγκεκριμένη περιοχή, όσο θα φαινόταν εκ πρώτης όψews.



Η πρόσοψη, η είσοδος και οι δύο πλευρές της πινακίδας του καφέ-βιβλιοπωλείου και αίθουσας τέχνης «Διονύσιος Σολωμός», στην οδό Σολωμού 3, στα Εξάρχεια

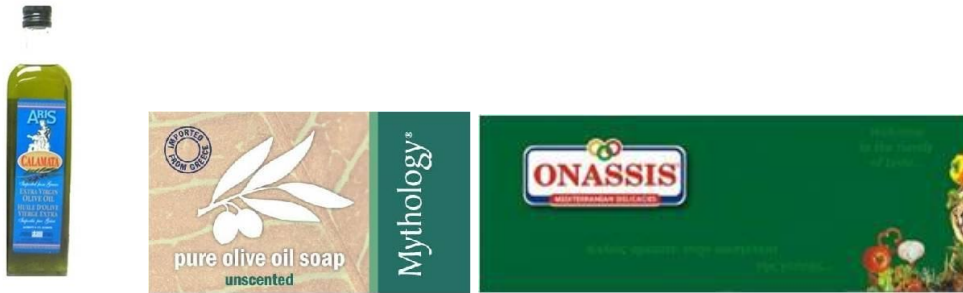
Η πλέον «απρόσμενη», έως και αναπάντεχη, ωστόσο, χρήση του «εθνικοποιημένου» Σολωμού έχει υπερ-τοπικό και υπερ-εθνικό χαρακτήρα. Πιο συγκεκριμένα, ο «εθνικός» ποιητής έχει επιλεγεί ως «σήμα κατατεθέν» για εξαιρετικής ποιότητας ελαιόλαδο το οποίο εμπορεύεται εκτός Ελλάδας η *Fantis Foods Inc.*, εταιρεία που δραστηριοποιείται πάνω από έναν αιώνα στις ΗΠΑ και στον Καναδά, εισάγοντας ή παράγοντας μεγάλη ποικιλία ελληνικών και μεσογειακών προϊόντων. Κάθε άλλο παρά τυχαίο πρέπει να θεωρηθεί ότι τα συσκευασμένα λάδια της εν λόγω επιχείρησης φέρουν τις ονομασίες «Socrates» και «Solomos» η μεν πρώτη αναφέρεται στο πλέον διάσημο,

ενδεχομένως, όνομα της ελληνικής (και όχι μόνο) αρχαιότητας, τον φιλόσοφο Σωκράτη, που παράλληλα θεωρείται ένας από τους θεμελιωτές της παγκόσμιας σκέψης και, φυσικά, λειτουργεί για τους Έλληνες ως ένα από τα συμβολικότερα σημεία αναφοράς του πολιτιστικού τους παρελθόντος και της εξ αυτού συνεπαγόμενης ιστορικής τους συνέχειας από την άλλη, η δεύτερη σχετίζεται με έναν από τους χαρακτηριστικότερους εκφραστές της μετά την Επανάσταση ελληνικής πνευματικής παρακαταθήκης, που παράλληλα σηματοδοτεί το νέο ξεκίνημα όχι μόνο στον χώρο των γραμμάτων αλλά και του νεοπαγούς εθνικού κράτους, ενώ είναι απόλυτα αναγνωρίσιμος ως «εθνικό» σύμβολο για τους απανταχού Ρωμιούς. Για μίαν εταιρεία, λοιπόν, που απευθύνεται πρωτίστως στο ελληνικής καταγωγής αγοραστικό κοινό της Βόρειας Αμερικής, αλλά και στους αλλογενείς που προτιμούν τα μεσογειακά παραδοσιακά προϊόντα, επιλογές σαν και τις πιο πάνω καθιστούν το εμπορευόμενο είδος πιο ελκυστικό στους υποψήφιους καταναλωτές, καθώς το αισθάνονται πιο οικείο: οι μεν Έλληνες της περιοχής βλέπουν ένα από τα γνωστότερα συστατικά του διαιτολογίου τους να έχει ονοματοδοτηθεί με διάσημους εκφραστές της αρχαίας και νέας κουλτούρας τους· οι δε Αμερικανοί και Καναδοί λάτρεις της ελληνικής κουζίνας και της μεσογειακής διατροφής αισθάνονται πως το ελαιόλαδο που θα αγοράσουν είναι αυθεντικά ελληνικής προέλευσης⁹. Και αν οι τελευταίοι γνωρίζουν από τη σχολική τους παιδεία όψεις της αρχαιοελληνικής μυθολογίας, τον αρχαίο θεό του πολέμου ή τον πασίγνωστο Έλληνα διανοητή (γεγονός που οι ιδιοκτήτες το εκμεταλλεύονται καταλλήλως αφού «Mythology» επιγράφεται σειρά προϊόντων, ο Άρης ανευρίσκεται σε κονσέρβες ντολμάδων και φασολιών καθώς και σε συσκευασίες λαδιού, ενώ η μορφή και το όνομα του Σωκράτη έχει δοθεί, εκτός από το ελαιόλαδο, και σε προϊόντα περιποίησης του προσώπου και του σώματος με ποικίλα κλασικών και φυσικών αρωμάτων), δεν τους ακούγεται εντελώς ανοίκειο το όνομα του Νεοέλληνα ποιητή, αφού η αγγλική προφορά του παραπέμπει συνειρμικά στο αντίστοιχο φάρι. (Δεν γίνεται λόγος, βέβαια, για το πόσο οικείο ακούγεται στους Έλληνες της Βορείου Αμερικής αλλά και στους κατοίκους των ΗΠΑ και του Καναδά, το όνομα «Onassis» – μολονότι σχετιζόμενο με βιομηχανία τυποποίησης ελληνικών παραδοσιακών προϊόντων της συμπρωτεύουσας, η οποία εξάγει τις κονσέρβες της στην άλλη πλευρά του Ατλαντικού, μέσω της *Fantis Foods Inc...*)



Προϊόντα ελαιολάδου της εταιρείας *Fantis Foods Inc.*, με την ονομασία του «εθνικού» ποιητή

9. Ειδικά ως προς το ελαιόλαδο, θα μπορούσε να παρατηρηθεί ότι διάφοροι παραγωγοί επιλέγουν να ονοματίσουν τα συναφή συσκευασμένα προϊόντα τους με πασίγνωστα διεθνώς αρχαιοελληνικά ονόματα είτε ποιητών και έργων τους (λ.χ. «Omiros extra virgin oil» και «Iliada olive oil») ή αντίστοιχων εμβληματικών προσωπικοτήτων της αρχαιότητας (π.χ. «Leonidas olive oil»).



Σειρά προϊόντων τα οποία εμπορεύεται η *Fantis Foods Inc.*, καθώς και άλλες εταιρείες, και φέρουν ονομασίες συναφείς προς την ελληνική αρχαιότητα ή τη σύγχρονη Ελλάδα

Τι μένει, λοιπόν, ως απαύγασμα από όσα αναπτύχθηκαν προγενέστερα; Μέσα από μια δαιδαλώδη διαδρομή «εθnikοποίησης», ο Διονύσιος Σολωμός έχει καταστεί ο κατεξοχήν ποιητής των Ελλήνων. Ξεινώνοντας από τοπικό φαινόμενο, έγινε σταδιακά πανελλήνιο / εθνικό σύμβολο και παγιώθηκε ως τέτοιο σε κάθε γωνιά του ελλητισμού. Το «τοπικό», με άλλα λόγια κατέστη «εθνικό», ενώ το τελευταίο δεν έπαψε να επιστρατεύεται διαχρονικά για «τοπικές» χρήσεις. Ταυτόχρονα, τα τελευταία ιδίως χρόνια, μέσα στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης, το φαινόμενο απέκτησε υπερτοπικό και υπερ-εθνικό χαρακτήρα. Ο θεσμικά «εθnikοποιημένος» ποιητής λειτουργεί ως σύμβολο ή

«σήμα-κατατεθέν» και εντός της λεγόμενης αγοράς εργασίας. Το φαινόμενο έχει τη σημασία του, καθώς στο ίδιο το σολωμικό έργο συγκεντρώνονται όλα τα προαναφερθέντα χαρακτηριστικά: δεν του λείπει το «τοπικό» χρώμα, διαθέτει όλα τα στοιχεία που προσδιόρισαν το ιδεολόγημα της λεγόμενης «εθνικής» ποίησης και ξεχωρίζει για τα οικουμενικά θέματα που διαλαμβάνει. Το αποτύπωσε, άλλωστε, παραστατικά ο ίδιος στους «Στοχασμούς» του: «Πρέπει να κάνεις ώστε ο μικρός κύβλος, μέσα στον οποίο κινείται το Κάστρο [=το πολιορκημένο Μεσολόγγι], να φανερώσει στο βάθος ή μάλλον στην ατμόσφαιρά του τα μεγαλύτερα συμφέροντα της Ελλάδας για την υλική θέση, [...] και για την ηθική θέση τα μεγαλύτερα συμφέροντα της Ανθρωπότητας.»¹⁰

Για τους επαρκείς αναγνώστες, ο Σολωμός μετασχηματίστηκε από ποιητικό άστρο της Επτανήσου σε κύριο «εθνικό» ποιητή για μια σειρά από λόγους: ύμνησε την Ελληνική Επανάσταση και τον αγώνα των συμπατριωτών του για ελευθερία (πολύ βασική συνιστώσα της ελληνικής ιστορικής, κοινωνικής και πολιτικής διαδρομής), έγραψε με βάση τη λαλιά του λαού διαμορφώνοντας συνάμα και μια μορφή πανελληνίας ποιητικής γλώσσας υψηλών αισθητικών αξιώσεων, θεωρήθηκε από ομοτέχνους του η ποιητική απαρχή της νέας ελληνικής λογοτεχνίας και τους επηρέασε αισθητικά, τοποθετήθηκε από μεγάλο μέρος της νεοελληνικής κριτικής στην κορυφή του σύγχρονου ελληνικού λογοτεχνικού Παράσπου και θεσμοποιήθηκε από την ελληνική πολιτεία ως «εθνικός», αρχικά με τον ορισμό των δύο πρώτων στrophών του γνωστότερου ποιήματός του ως εθνικού ύμνου της Ελλάδας και εν συνέχεια μέσω των σχολικών βιβλίων, εορτασμών, ανδριάντων, ονομασιών πλατειών και φορέων κ.ά.π. Η ίδια η πολιτεία, επίσης, ήταν αυτή που χάραξε τη μορφή του σε νομίσματα ή μετάλλια και την τύπωσε σε γραμματόσημα, καθιστώντας τον ακόμη πιο οικείο στους Έλληνες πολίτες, που τον αισθάνονταν διά της αφής και της όρασης στις καθημερινές τους συναλλαγές, για πολλά χρόνια.

Όμως και η επιχειρηματική δραστηριότητα δεν δίστασε να τον επιστρατεύσει σε τοπικό, εθνικό και υπερ-εθνικό πλαίσιο: άλλοτε για να επιγράψει προϊόντα· άλλοτε για να διαφημίσει την επιχείρηση· άλλοτε για να τον συνδέσει με την ιστορική και πολιτιστική παράδοση· κάποτε για να συσχετίσει τις παρεχόμενες υπηρεσίες με την ποιότητα του έργου του και το κύρος της μορφής του· κάποτε για να δείξει πως λειτουργεί ως σύμβολο... Οι συναφείς δε επιλογές δείχνουν πώς μπορεί ένας «εθνικός» μύθος να λειτουργήσει με αξιώσεις μέσα σε συνθήκες κέρδους και οικονομικού ανταγωνισμού. Αυτό κάθε άλλο παρά μειώνει την αξία της σολωμικής συνεισφοράς στα γράμματα· αντιθέτως, δείχνει ότι, και μέσω αυτής, ο μεγάλος Ζακυνθινός αποτελεί πλέον «εθνικό» προϊόν (πιο σωστά: κεφάλαιο).

10. Αποδομένο από τον Γ. Βελουδή, στο: Δ. Σολωμού «Στοχασμοί» στους «Ελεύθερος πολιορκημένους», Αθήνα: Περίπλους 1997, 33-34 (αριθ. 9).