

Ελληνικό δαιμόνιο: Από τον Ωνάση στον «Ακάλυπτο»

Το συναντάμε στον Οδυσσέα, που τόσους ξεγέλασε με την ευστροφία του. Στον Σωκράτη, που του στοίχισε μεν ακριβά, αλλά εξαιτίας του καθόρισε τη δυτική φιλοσοφία. Ολοι οι αρχαίοι το διέθεταν μάλλον και ήταν επόμενο να το κληροδοτήσουν, ως οικονομική αρετή, στους απογόνους τους: στους Έλληνες της διασποράς του 17ου αιώνα, σε εθνικούς ευεργέτες όπως ο Ιωάννης Βαρβάκης, που από τα Ψαρά έφτασε στην αυλή της Μεγάλης Αικατερίνης, στον «Ζορμπά της επιχειρηματικότητας» Αριστοτέλη Ωνάση, αλλά και στους καπάτσους μικροεμπόρους της δεκαετίας του '80 ή στους ριψοκίνδυνους startpers της ψηφιακής εποχής. Βέβαια, ακόμη και ο πολυμήχανος ομηρικός ήρωας είχε λοιδορηθεί για το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό του – ο Βιργίλιος τον θεωρούσε δόλιο. Εκτός από τον Βαρβάκη, υπήρχε και ο σκοτεινός έμπορος όπλων Βασίλειος Ζαχάρωφ. Αραγε, λοιπόν, έχει αρνητικό ή θετικό πρόσημο το περίφημο «ελληνικό δαιμόνιο»; Πώς ορίζεται; Και πού ακριβώς βασίζεται η ύπαρξή του;

«Γενικώς, ως “δαιμόνιο” θεωρούμε την ξεχωριστή ικανότητα προσαρμογής των Ελλήνων σε ποικίλα εμπορικά περιβάλλοντα», λέει στην «Κ» ο Βασίλης Κ. Γούναρης, καθηγητής Ιστορίας Νεότερων Χρόνων στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, ο οποίος, μαζί με μια ομάδα δεκαεπτά πανεπιστημιακών, μελέτησε ιστορικά την έννοια του ελληνικού δαιμονίου στο πλαίσιο ερευνητικού προγράμματος του Ελληνικού Ιδρύματος Έρευνας και Καινοτομίας. «Ο όρος όμως», συνεχίζει ο καθηγητής, «έχει επεκταθεί και χρησιμοποιηθεί για κάθε είδους παράτυπες ενέργειες που μπορεί να αξιοποιήσει κάποιος προκειμένου να πετύχει. Η ιστορία του ελληνικού δαιμονίου δεν ξεκινάει ακριβώς με τη χρήση της λέξης, αλλά με το ζήτημα της εμπορικής επιτυχίας των Ελλήνων. Η οποία συναντάται και σε άλλους λαούς –τους Εβραίους, τους Αρμένιους– που προέρχονταν από το ίδιο πολιτισμικό περιβάλλον –την Οθωμανική Αυτοκρατορία– και οι οποίοι δημιουργούσαν εμπορικά δίκτυα στην Ευρώπη. Το μοναδικό στην περίπτωση μας είναι ότι πάνω στο “δαιμόνιο” χτίζεται, από την εποχή του Διαφωτισμού, ένα κομμάτι της αυτοσυνειδησίας μας. Και σταδιακά το επιχειρηματικό δαιμόνιο συγχέεται με το δαιμόνιο του Σωκράτη, με τη φωνή μέσα μας που μας λέει τι να κάνουμε, αν και στη δική του περίπτωση, του έλεγε τι να μην κάνει».

Καρπός της έρευνας του Βασίλη Γούναρη και της ομάδας του είναι ο συλλογικός τόμος «Demon Entrepreneurs: Refashioning the “Greek Genius” in Modern Times» (εκδ. Routledge), που κυκλοφόρησε πρόσφατα σε επιμέλεια δική του και του καθηγητή Διπλωματικής Ιστορίας του ΑΠΘ Ιωάννη Στεφανίδη. Στα δεκαοκτώ άρθρα του τόμου βρίσκει κανείς ιστορικά και πολιτισμικά στοιχεία για το οριενταλιστικό στερεότυπο των Ευρωπαίων, που φοβούνταν μην εξαπατηθούν στα οθωμανικά παζάρια, αλλά και για τον Αδαμάντιο Κοραή, ο οποίος συνέδεσε την οικονομική άνοδο της ελληνικής διασποράς με τη μόρφωσή της και τη γνωριμία της με τους προγόνους της· για τα



σοχολικά βιβλία του νέου ελληνικού κράτους που μιλούσαν για το στρατιωτικό δαιμόνιο του Κολοκοτρώνη (και το πολιτικό του Μαυροκορδάτου), αλλά και για τις εθνικές καταστροφές που μετέτρεψαν το ελληνικό δαιμόνιο σε δηλωτικό όχι τόσο της επιτυχίας, όσο του ταξιδιού, της περιπέτειας· για τον μύθο του επιτυχημένου μετανάστη που συνέβαλε στην εμπέδωση του δαιμονίου, για τις κινηματογραφικές αναπαραστάσεις του δαιμονίου Έλληνα (από τον Κώστα Χατζηχρήστο μέχρι το «Βαλκανιζατέρ»), αλλά και για την οικονομική κρίση, στον δημόσιο λόγο της οποίας, οι σχετικές αναφορές αυξήθηκαν.

«Σε γενικές γραμμές, στην πορεία του 20ού αιώνα το ελληνικό δαιμόνιο συνδέεται και με τη μικροεπιχειρηματικότητα, με τους “μικρομεσαίους” και την προσπάθειά τους να πετύχουν», εξηγεί ο Βασίλης Γούναρης. «Ο όρος χρησιμοποιείται και για τον άνθρωπο που θα κατέβει από το βουνό και θα κάνει μια επιχείρηση στην Αθήνα, αλλά και για τον Μικρασιάτη που έρχεται κατεστραμμένος και σπίνει ένα μαγαζάκι το οποίο επεκτείνεται. Φτάνοντας στην κρίση, βλέπουμε ότι η ανάκαμψη αναζητείται επίσης μέσα από τις μικρές επιχειρήσεις, τις startups, τις καινοτομίες κ.λπ. Εδώ, το επιχειρηματικό δαιμόνιο χρησιμοποιείται ως άλλοθι για τις αδυναμίες του κράτους, το οποίο λέει ότι οι Έλληνες θα τα καταφέρουν, θα επιβιώσουν. Το ίδιο λεγόταν και τη δεκαετία του '60 για την είσοδο στην ευρωπαϊκή κοινότητα, η οποία ήταν δύσκολη, αλλά “το δαιμόνιο του Έλληνα...”. Η στις καταστροφές του '30, όπου γινόταν λόγος για το δαιμόνιο του πρόσφυγα, ο οποίος μόλις είχε έρθει στην Ελλάδα, αλλά μπορούσε να βοηθήσει».

Μήπως όμως το ελληνικό δαιμόνιο βοηθάει εμάς που το επικαλούμαστε; Πώς το αξιοποιούμε λόγω χάρη όταν παρουσιάζομαστε ενώπιον της Ευρώπης, συγκρινόμενοι με άλλους Βαλκάνιους και Ανατολίτες; «Αν το δει κανείς σε μια πορεία 200-300 ετών, είναι ένα πολύ δυνατό στερεότυπο», λέει ο Βασίλης Γούναρης.

«Γενικώς, ως “δαιμόνιο” θεωρούμε την ξεχωριστή ικανότητα προσαρμογής των Ελλήνων σε ποικίλα εμπορικά περιβάλλοντα», λέει στην «Κ» ο Βασίλης Κ. Γούναρης, καθηγητής Ιστορίας Νεότερων Χρόνων στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης,

«Το οποίο εξαρχής μας βοήθησε να σταθούμε πιο πάνω από τους υπόλοιπους βαλκανικούς λαούς. Υπήρχε μια πολιτισμική διάκριση της εργασίας, σύμφωνα με την οποία οι Έλληνες είναι στην κορυφή της πυραμίδας, ως μεταπράτες, και ακολουθούν οι Βλάχοι που είναι κτηνοτρόφοι, οι Σλάβοι που είναι αγρότες, οι Αλβανοί που είναι μεροκαματιάρηδες κ.λπ. Πάνω σε αυτή την αναγνωρισιμότητα, οι Έλληνες χτίζουν. Λένε στους Ευρωπαίους –κι εκείνοι εν μέρει το δέχονται– ότι με τέτοιο πλεονέκτημα, δεν είμαστε άραγε εμείς που πρέπει να διαχειριστούμε τα της Ανατολής και των Βαλκανίων; Έτσι, στον 19ο αιώνα και ως τις αρχές του 20ού, καλλιεργείται η ιδέα ότι μπορούμε να γίνουμε οι Αγγλοι της Ανατολής: ένα θαλασσινό, εμπορικό έθνος. Αρέσει και στους Αγγλους η ιδέα. Σκέφτονται, “they level with us”: είμαστε στο ίδιο επίπεδο». Οι επιλογές που κάνει η χώρα στη συνέχεια –τους δύο παγκοσμίους πολέμους, στην ευρωπαϊκή οικογένεια– διατηρούν το πλεονέκτημα, που βέβαια συνυπάρχει και με το αντίθετο στερεότυπο: του πονηρού, του απατεώνα. «Αυτό που έχει επικρατήσει σήμερα όταν αναφερόμαστε στο ελληνικό δαιμόνιο, είναι η εικόνα του πονηρού μικρομεσαίου που εξαπατά», καταλήγει ο Βασίλης Γούναρης. «Δεν το επικαλούμαστε για να αναφερθούμε σε μια μεγάλη επιτυχία. Στον ελληνικό κινηματογράφο, όπου υπάρχουν πολλοί δαιμόνιοι, βλέπουμε ότι ενώ η ελληνική κοινωνία συγχωρεί πρόθυμα διάφορους φτωχοδιαβόλους, είναι σκληρή με όσους επιχειρηματίες έχουν πετύχει με βρώμικο χρήμα.

Αυτή η κριτική του πλούτου έχει διάφορες φάσεις: ασκείται στους “χρυσοκάνθαρους” της τρικουπικής Ελλάδας, που επενδύουν στο χρηματιστήριο και στα μεταλλεία δημιουργώντας αναταραχή, και φτάνει σε ταινίες όπου η Τασώ Καββαδία εμφανίζεται ως ανελέητη εφοπλίστρια, ενώ από την άλλη πλευρά προβάλλονται όσοι είναι μικροί και αυτοδημιούργητοι».