

## Politika és presztízsfogyasztás az erdélyi gábor romák között

### Berta Péter

#### A gábor romák és a különbség politikája (*romani politika*)

A gábor romák – vagy gáborok – a Romániában élő roma csoportok egyikét alkotják. Rendszerint háromnyelvűek: anyanyelvük egy vlah *romani* változat, emellett környezeti nyelvként beszélnek a regionális magyar változatot, és megtanulják a románt, mint államnyelvet is. A legnépesebb gábor roma közösségek ma Maros megyében találhatóak, emellett nagy számban élnek gáborok Erdély olyan nagyvárosaiban, mint Nagyvárad, Kolozsvár, Brassó, Arad, Szatmárnémeti vagy Temesvár. Többségük a Hetednapos Adventista Egyház tagja, néhány család a Pünkösdisták és a Jehova Tanúi Egyházhoz csatlakozott, megint mások – hasonlóan a magyar többségű erdélyi régiók nagy részére jellemző gyakorlathoz – reformátusok.



Gábor roma férfiak az egyik Maros megyei temetésen (Berta Péter fotója; 2010)

A rájuk jellemző legelterjedtebb megélhetési stratégia a közvetítő kereskedés („*bižnică*”). A gábor kereskedők elsősorban használt ruhákkal és cipőkkel, nemesfémekkel, régiségekkel, evőeszköz- és edénykészletekkel, szőnyegekkel és függönyökkel üzletelnek – főként Romániában és Magyarországon. A Balkánon zajló háború után a romák egy részének érdeklődése egyes szerbiai, horvátországi és szlovéniai régiók, később pedig Szlovákia és Ausztria felé fordult. Az utóbbi években számos gábor kereskedő szerencsét próbált Franciaországban, Lengyelországban, Németországban, Belgiumban, Hollandiában, Albániában, Macedóniában és Görögországban. 2010 óta sokuk számára kedvelt úti céljá vált Oroszország is.



Gábor roma asszonyok az egyik Maros megyei temetésen (Berta Péter fotója; 2014)

A gábor romákra jellemző „roma politika” vagy „cigánypolitika” (romani nyelven: *romani politika*) a társadalmi és gazdasági különbségek megalkotására, reprezentálására és manipulálására szolgáló értékverseny (Appadurai 1986: 21), amely részben etnicizált szimbolikus küzdőterek, gyakorlatok és ideológiák sorát foglalja magában. A gáborok elsősorban a „roma politika” szimbolikus küzdőterein elért eredmények alapján egyezkednek az egyének, családok és apai ágak közötti presztízsvizonyokról, és a férfiak – ahogyan gyakran a nők is – részletesen nyomon követik, valamint a formális és informális társalgás során rendszeresen megvitatják a „roma politika” fontosabb múltbeli és aktuális történéseit.

A „roma politika” nem része a romániai országos vagy regionális pártpolitikának: nem kötődik politikai szervezetekhez, valamint a megyei vagy települési önkormányzatok tevékenységéhez, sem pedig az állami intézményekhez és az ott betölthető tisztségekhez. Ugyanakkor nem kapcsolódik az etnikai alapú önszerveződés és érdekképviselés különböző formáihoz sem: elkülönül a roma jog- és érdekvédelemmel foglalkozó romániai civil szervezetek tevékenységétől, a roma nemzetépítési törekvésektől, valamint az etnikai kisebbségek parlamenti vagy önkormányzati képviseletének kérdésétől. Másként fogalmazva: a „roma politika” a különbség politikájának egy etnicizált és relatíve zárt, a nem roma többségi társadalom számára jórészt „láthatatlan” és ismeretlen, informális részrendszere.

Azok a szimbolikus küzdőterek, amelyek eseményei alapján a gáborok definiálják és időről időre újrafogalmazzák az egyének, családok és apai ágak közötti presztízsvizonyokat, az alábbiak:

(a) *A gazdasági tőkefelhalmozás, különös tekintettel a presztízstárgy-gazdaságban elért sikerekre.*

(b) *A rokonság politikája I.:* A gábor roma apai ágak lokális, regionális és etnikacsoport-szintű presztízshierarchiában elfoglalt pozíció (az apai ági felmenők „roma politikai” hírnévnyagatéka).

(c) *A rokonság politikája II.:* A gábor romák közötti kapcsolati-tőke-felhalmozás. Esetükben a kapcsolati tőke alábbi forrásai tesznek szert megkülönböztetett jelentőségre: egyrészt a befolyásos gábor férfiakkal létesíthető apatársi szövetségek („*xanamikimo*”) csoportja, másrészt a szükség esetén mobilizálható, elsősorban apai ági férfirokonokból – fivérekből, fiúkból, fiúunokákból –, valamint az apatársakból álló társadalmi hálózat.

(d) *„Phirajimo”* („viselkedés”) és *„patjiv”* („becsület, tiszteletreméltóság, társadalmi megbecsülés). A negyedik szimbolikus küzdőterem az egyének, családok és apai ágak saját nyilvános társas képük kialakításáért és megóvásáért versengenek egymással. E kép megkonstruálása során elsősorban a „*phirajimót*” (szó szerinti fordításban: a viselkedést) veszik figyelembe, vagyis azt, hogy az adott személy, család vagy apai ág mennyire tartja tiszteletben a társas viszonyok és interakciók menedzselésének gábor roma etikáját.

#### A gábor roma presztízstárgy-gazdaság

A gáborokra jellemző „roma politika” egyik szimbolikus küzdőtere tehát az elmúlt 100–150 év folyamán kialakított presztízstárgy-gazdaság, amely a romániai gazdaság egy informális, transzlokális, etnicizált és genderizált szegmense. E gazdaság az antik ezüsből készült tárgyak két típusa: a poharak („*taxtaj/taxta*”) és a fedeles kupák („*kana/kāni*”) köré szerveződik.



A gábor roma presztízstárgyak egyike  
(Berta Péter fotója; 2010)

A gáborok ezüstpoharainak és fedeles kupáinak mindegyikéről elmondható, hogy azokat egykor nem-roma – főként erdélyi szász és magyar – ötvösök készítették, és társadalmi karrierjük legelején, mielőtt a romákhoz kerültek volna, erdélyi arisztokraták, polgárok, céhek és református gyülekezetek tulajdonát képezték. Miután a gáborok megvásárolják azokat a műtárgyiacról (vagy más forrásból), e tárgyak jelentős szimbolikus – a jelentés és az érték dimenzióit érintő – átalakuláson mentek keresztül. Ahhoz, hogy egy nem-romáktól érkező pohár vagy fedeles kupa gábor presztízstárggyá váljon, négy feltételnek kell megfelelnie. Az anyagi kritériumok az alábbiak: (a) a tárgynak ezüsből kell készülnie. (b) A gábor presztízstárgy-definíció értelmében nem válhat presztízstárggyá az a darab, amelyet a közelmúltban állítottak elő, vagyis amely „*na-j phurano*” („nem öreg”, azaz anyaga nem antik ezüst). (c) Korántsem minősül azonban minden, a fenti feltételeknek megfelelő tárgy potenciális presztízstárgynak: ez a definíció csak a fedeles kupák, illetve bizonyos pohárforma-típusok esetében használatos. Az utóbbiak közül a trombita formájú talpas – vagy más néven „kettős” – poharak minősülnek a legértékesebbeknek. A negyedik – szimbolikus – feltétel az, hogy a műtárgyiacról vásárolt tárgy a gábor romákhoz kerülve túljusson az etnikai identitásváltás folyamatán, vagyis legalább két-három gábor tulajdonos „*kezén átmenjen*”, belőlük álló, etnicizált tulajdonlás-történetre tegyen szert.

A poharak és fedeles kupák életrajzának (Kopytoff 1986) nem-roma szakasza íránt a gáborok elhanyagolható érdeklődést tanúsítanak. Az egykori szász vagy magyar ötvösök, illetve nem-roma tulajdonosok helyét, akik a műtárgyiacon gazdát cserélő darabok értékének felbecsülése során rendszerint fontos szerephez jutnak, a gábor poharak és fedeles kupák esetében a korábbi gábor tulajdonosok veszik át. E tárgyak értékének összehasonlítása, illetve vételáruk meghatározása során a gáborok kizárólag a saját roma csoportjukhoz tartozó korábbi tulajdonosok hírnevét és társadalmi presztízstét veszik alapul, valamint az anyagi tulajdonságok sorát. Ez utóbbiak értékét egy általuk kidolgozott, részben etnicizált presztízstárgy-esztétika alapján definiálják.

A gábor romák számára – a jólét és a gazdasági prosperitás szimbólumaiként értelmezett – ezüstpoharak és fedeles kupák alkotják az árucikkek elitszféráját, vagyis e javak cserélnek gazdát a legnagyobb vételárakért. A hozzájuk társított gazdasági és társadalmi jelentőség mértékét pontosan szemlélteti – többek között – az európai műtárgypiacra és a gábor roma presztízstárgy-gazdaságra jellemző ártartományok közötti feltűnő különbség. Amíg a műtárgypiacon e tárgyak ára ma általában nem haladja meg a 9000–11 000 amerikai dollárt, a gábor romák közötti adásvételek során a presztízstárgyak rendszerint az említett összeg sokszorosáért cserélnek gazdát. A keresettebb darabok ára a 200 000–600 000 amerikai dollárt is elérheti.

Az értékesebb tárgyak „roma politikai” jelentéssel és jelentőséggel felruházott, korlátozott forrást alkotó szimbólumok, olyan „politikai trófeák”, amelyek birtoklásáért gyakran bontakozik ki intenzív verseny a gábor romák között. Mivel megvásárlásuk és hosszú távú birtoklásuk jelentős társadalmi elismerés és hírnév forrása, ezért tulajdonosaik igyekeznek minél hosszabb ideig megőrizni, illetve fiaiknak öröklő hagyni azokat, és csak gazdasági krízishelyzet esetén válnak meg tőlük. E tárgyak emellett az etnikai, illetve az apai ági identitás és történelem megkonstruálásában is meghatározó szerepet játszanak: az etnicitás és – ha apáról fiúra öröklődnek – az apai ági identitás nagyra becsült szimbólumai.

Az erdélyi gáborok birtokában ma számos ezüstpohár és fedeles kupa található. Az egyik legnépesebb lokális közösségben például, ahol terepmunkám jelentős részét végeztem, számuk meghaladja a három tucatot. Presztízstárgyakkal azonban csak azok a családok rendelkeznek, amelyekben a birtokba vételükhöz és megőrzésükhöz szükséges „roma politikai” ambíció és gazdasági erőforrások egyaránt jelen vannak. Ez utóbbiak közül a két legfontosabb a pénz formáját öltő gazdasági tőke és a presztízstárgy-öröklés lehetősége.

### Kutatási eredmények

A kutatás rávilágított arra, hogy a gábor romák ezüst presztízstárgyai hogyan vesznek részt az etnikai csoporton belüli társadalmi és gazdasági különbségek szerveződésében, reprezentálásában és újrafogalmazásában (lásd még Szalai 2010), az apai ági identitás és történelem, valamint az etnikus múlt megkonstruálásában, valamint nyilvánvalóvá tette, hogy e tárgyak milyen szerepet játszanak az etnikai identitás megalkotásában és menedzselésében. A gáborok között végzett antropológiai terepmunka idővel egy másik erdélyi roma csoportra: a főként Brassó és Szeben megyékben élő cārhar romákra is kiterjedt, akik egy, a gábor romákéhoz nagyon hasonló presztízstárgy-gazdaságot alakítottak ki az elmúlt százszázötven év során. A kutatás hangsúlyos részterületévé vált a két roma presztízsgazdaság viszonyának elemzése – az érték- és jelentéstudajdonítás szervezőelveinek összehasonlítása stb. –, valamint az interetnikus presztízstárgy-kereskedelem különböző aspektusainak (adásvételek és hitelügyletek, patinahamisítás, a fogyasztással kapcsolatos etnikai sztereotípiák stb.) vizsgálata. A kutatás eredményeit összegző tanulmányok hazai és nemzetközi folyóiratokban, valamint tanulmánykötetekben jelentek meg, illetve látnak napvilágot a közeljövőben (lásd például Berta 2009, 2010, 2011, 2013).

### Hivatkozott irodalom

#### *Appadurai, Arjun*

1986 Introduction: Commodities and the politics of value. In: Arjun Appadurai (szerk.): *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*. 3–63. Cambridge, Cambridge University Press.

#### *Berta Péter*

2009 Materialising ethnicity: Commodity fetishism and symbolic re-creation of objects among the Gabor Roma (Romania). *Social Anthropology*, 17(2): 184–197.

2010 Shifting transactional identities. Bazaar-style trade and risk management in the prestige economy of the Gabor Roma (Romania). In: Wood, Donald C. (szerk.): *Economic Action in Theory and Practice: Anthropological Investigations. (Research in Economic Anthropology, 30.)* 279–310. Bingley, Emerald.

2011 Constructing, commodifying, and consuming invented ethnic provenance among Romanian Roma. *Museum Anthropology*, 34(2): 128–141.

2013 Classification struggles, moral criticism and the interethnic trade of prestige goods between two Romanian Roma groups. *Journal of Consumer Culture*, 13(3): 337–365.

#### *Kopytoff, Igor*

1986 The cultural biography of things: Commoditization as process. In: Appadurai, Arjun (szerk.): *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*. 64–94. Cambridge, Cambridge University Press.

#### *Szalai Andrea*

2010 Nyelvi ideológiák és a társadalmi határok kijelölése egy erdélyi gábor roma közösségben. In: Feischmidt Margit (szerk.): *Etnicitás. Különbségteremtő társadalom*. 419–430. Budapest, Gondolat Könyvkiadó – MTA Kisebbségkutató Intézet.

*Tárgyi kultúra, etnikai identitás és a különbség politikája az erdélyi gábor romák között (77944)*