

Az érték etnicizálása – az etnicitás értéke. A presztízstárgy-gazdaság mint etnikai identitásgyakorlat az erdélyi Gáborok között

A tanulmány a Gáborként ismert erdélyi roma etnikai alcsoportban nagyra becsült ezüst presztízstárgyakkal kapcsolatos ideológiák és gyakorlatok egy csoportját mutatja be, különös tekintettel az értéktulajdonítás folyamatára és kulturális logikájára. A Gábor-presztízstárgy-gazdaság néhány jellemző vonásának ismertetése után a tanulmány a presztízstárgyak értékaspektusaival, a Gáborok között ideálisnak tekintett létállapotukkal (az elidegeníthetetlen ágazati identitás-szimbólum-létmóddal), valamint társadalmi és gazdasági funkcióikkal foglalkozik. Végül amellett érvel, hogy a presztízstárgyak valójában olyan etnicizált javak, amelyeket a Gáborok nagyra becsült etnikai identitás-szimbólumokként tartanak számon, a velük való foglalatosságra pedig megkülönböztetett jelentőségű etnikai identitásgyakorlatként tekintenek.

Bevezetés

Tanulmányom alapjául egy tizennyolc hónapos antropológiai terepmunka¹ szolgál, amelyre 1998 és 2005 között került sor az Erdély- és Románia-szerte Gábor² néven ismert roma etnikai alcsoport egyes közösségeiben. A terepmunka leghosszabb részének helyszíne egy három települést, illetve az ott élő Gábor vezetéknévvel viselő roma közösségeket magában foglaló Maros megyei mikrorégió volt. Az évek során számos olyan Gábor családdal is megismerkedtem, és többé-kevésbé rendszeres kapcsolatot tartottam fenn, amelyek a mikrorégió körüli más településeken, a közeli megyeszékhelyen, Erdély távolabbi nagyvárosaiban vagy éppen Magyarországon élnek.

A fent említett mikrorégió „központja”, ahol a legtöbb időt töltöttem el, és ahonnan a legrészletesebb ismereteim származnak, a Gáborok egy megközelítőleg nyolcszáz főt számláló, romani anyanyelvű közössége. Arra a településre, ahol az említett közösség található, az ott lakó, valamint a máshol élő Gáborok azért, hogy annak az etnikai alcsoporton belüli társadalmi jelentőségét kifejezzék, gyakran utalnak a *Baro gav* ('Nagy falu') vagy a *Čentro* ('Centrum') metaforákkal. A továbbiakban magam is a romani politikai diskurzusból átvett Nagyfalú metaforát használom. A Gáborok által a településnek tulajdonított, megkülönböztetett társadalmi jelentőség és elittudat az itt élő romák számával, a település nem roma lakóinak átlagos életszínvonalához képest magasnak mondható gazdasági státusával, valamint azzal a ténnyel magyarázható, hogy a Gáborok között dominánsnak tekintett egyik ágazat tagjainak jelentős része ezen a településen él.

A tanulmány a Gáborok között presztízstárgyakként becsült ezüstpoharakkal és

-kannákkal kapcsolatos ideológiák és gyakorlatok egy csoportját mutatja be, különös tekintettel az értéktulajdonítás folyamatára és kulturális logikájára. Előre kell bocsátanom, hogy a szóban forgó presztízstárgyak iránti vonzódás és gyűjtőszendvedély nemcsak Nagyfaluban és a mikrorégió más Gábor közösségeiben elterjedt jelenség, hanem az egész etnikai alcsoportra jellemző. A presztízstárgy-gazdaságban a Gáboroknak csak egy kisebb csoportja vesz részt tulajdonosként. Presztízstárgyakkal csak ott találkozhatunk, ahol a vásárlásukhoz és birtoklásukhoz szükséges politikai ambíció, valamint a presztízsjavakká alakítható erőforrások egyaránt jelen vannak. Az utóbbiak közül a két legfontosabb a pénzben testet öltő vagyonság és a presztízstárgy-öröklés lehetősége.

A Gáborok egy olyan további erdélyi roma etnikai alcsoportot is számon tartanak, amelynek tagjai ugyancsak presztízstárgyakként definiálják az ezüstpoharak bizonyos csoportjait, hozzájuk hasonlóan jelentős pénzszegeket fordítanak egy-egy fontosabb tárgy megvásárlására, de részben eltérő, saját etnikai alcsoportjukra jellemző értékkritériumok alapján becsülik fel azok értékét. A Gáborok és az említett roma etnikai alcsoport tagjai között esetenként sor kerül különféle presztízstárgy-tranzakciókra.

A Gáborok presztízstárgy-gazdaságával kapcsolatos ismereteimre számos presztízstárgy megtekintése, a romáktól származó rajzok és szóbeli tárgyleírások, a témával kapcsolatos romani nyelvű diskurzusokban való rendszeres részvétel (többnyire hallgatói szerepben), a terepmunkám idején lezajlott presztízstárgy-tranzakciók figyelemmel kísérése és részletes elemzése, valamint a ma Nagyfaluban és a mikrorégióban található vagy itt valaha megfordult fontosabb presztízstárgyak társadalmi életrajzainak dokumentálása és értelmezése révén tettem szert.

Az alábbi fejezet a presztízstárgyak osztályozásával és a Nagyfaluban található poharakkal és kannákkal foglalkozik. A harmadik fejezet azt mutatja be, hogy a Gáborok a tárgyak e csoportjára a fogyasztás elitregisztereként tekintenek. A további fejezetek a presztízstárgyak értékaspektusait, ideálisnak tekintett létállapotukat (az elidegeníthetetlen ágazati identitásszimbólum-létmódot), valamint fontosabb társadalmi és gazdasági funkcióikat vizsgálják. Végül szó lesz arról, hogy e tárgyak valójában olyan etnicizált javak, amelyeket a Gáborok etnikai identitásuk nagyra becsült szimbólumaiként tartanak számon, a velük való foglalatosságra pedig megkülönböztetett jelentőségű etnikai identitásgyakorlatként tekintenek.

Gábor presztízstárgyak és presztízstárgy-gazdaság

A Gáborok az ezüst presztízstárgyak két nagy osztályát különböztetik meg. Egyrészt elkülönítik a poharak csoportját, amelyekre a *taxtaj*³ főnévvel utalnak. Ez a terminus a presztízstárgyakkal kapcsolatos gazdag és összetett romani nyelvi regiszterrésze: a *taxtaj* ugyanis olyan főnév, amely kizárólag a presztízstárgy státusú ezüstpoharak megnevezésére szolgál. A nem presztízstárgy státusú, italfogyasztásra használt egyéb poharakra a magyarból kölcsönzött *poxaro*, a füllel ellátott kerámia és egyéb bögrékre, csészékre pedig a *kuči* főnévvel utalnak. (A *poxaro* és a *taxtaj* terminusokat a romák egyaránt a pohár kifejezéssel fordítják magyarra.) A Gábor-presztízstárgyak másik nagy osztálya a *kanáké*, vagyis a 'kannáké'⁴. Amíg a presztízstárgynak minősülő ezüstpoharak formájuk alapján több alkategóriába sorolhatók, addig a kanna definíciója esetünkben egyetlen

len formatípust foglal magában: az ezüsből készült fedeles kupákét.⁵ A Gáborok azonban nem tekintenek válogatás nélkül minden ezüstpoharat presztízstárgynak: ez a fogalom csak bizonyos pohárformatípusokra terjed ki. Az utóbbiak közül a trombita formájú talpas poharak (*taxtaj kuštikasa*) minősülnek a legértékesebbeknek.

Ezek a tárgyak a hozzájuk társított jelentések és jelentőség, illetve a használati módok és kontextusok tekintetében is félreérthetetlenül elkülönülnek a hétköznapi használati tárgyaktól. Az ezüstpoharak és -kannák a Gáborok számára olyan presztízstárgyak, amelyek mindenekelőtt retorikai (Appadurai 1986:38) és szemiotikai (Harrison 1992:237) aspektusaik miatt tesznek szert megkülönböztetett társadalmi jelentőségre. E tárgyak voltaképpen „testet öltött jelek. Az a szükséglet pedig, amelyet kielégítenek, alapvetően politikai.” (Appadurai 1986:38; vö. Baudrillard 1981.) Amint arra később kitérnek, megkülönböztetett státusukat az az attitűd is kifejezi, hogy a romák igyekeznek minél tovább kivonni azokat az árucikkek hétköznapi körforgásából, és úgy tekintenek rájuk, mint amelyek birtoklásának nem a pénzben kifejezhető profit maximalizálása, vagyis nem a hétköznapi értelemben vett *nyerelkedés* az elsődleges célja. A presztízstárgyak a politikai önreprezentáció és a státusversengés kitüntetett eszközei, melyeket a romák gyakran a gazdasági és társadalmi státusviszonyok indexeként értelmeznek.

Amellett érvelek, hogy a társadalmi, gazdasági vagy kulturális élet bármely olyan szegmense presztízsgazdaságként definiálható, amelyre egy csoport tagjai szimbolikus küzdőtérként tekintenek, és amelyben a különbség reprezentálására, legitimálására és manipulálására tesznek kísérletet egyezményes módokon.⁶ A presztízsgazdaságok létrejöttének elengedhetetlen feltétele, hogy az ott elért sikerből fakadó haszon elsődleges, közvetlen megjelenési formája szimbolikus: maga a presztízs. A presztízs, amelyet – Bourdieu (1978:394) találó kifejezését idézve – a legpontosabban talán *hírnévhitelként* határozhatnánk meg, természetesen további, közvetett haszonformákká (pénzzé, társadalmi kapcsolatokká stb.) alakítható. Ugyanakkor, mivel a presztízs járulékos haszonformaként számos tranzakcióhoz kapcsolódhat, ezek közül csak azokat érdemes a presztízsgazdaság fogalmkörébe sorolnunk, ahol a hírnévhitel nem csupán marginális következmény, hanem a haszon domináns – vagy legalábbis kulcsfontosságú –, tudatosan választott és vágyott formája. A presztízstárgy-gazdaság kifejezés a Gáborok esetében az ezüstpoharak és -kannák, az irántuk megmutakozó gyűjtőszennvedély, illetve a hozzájuk kapcsolódó ideológiák, stratégiák és gyakorlatok összefoglaló megnevezésére szolgál.

A presztízsgazdaságok talán legismertebb politikai funkciója a presztízsjavak megszerzéséhez szükséges erőforrások (esetünkben elsősorban a pénzben kifejezett gazdagság) mindenkori eloszlásának megjelenítése, vagyis a gazdasági különbségek demonstrálása. Nevezzük ezt a funkciót a forrásreprezentáció képességének, amely lényegében megegyezik a Veblen (1975:83–110) által bevezetett „hivalkodó fogyasztás” fogalmával. Ha azonban a roma presztízstárgy-gazdaság lényegét kizárólag ebben próbáljuk megragadni, meglehetősen egyoldalú és statikus képet kapunk. Az érték és a különbség politikája ugyanis, amely elválaszthatatlan a presztízsgazdaság fogalmától, esetünkben nem redukálható a forrásreprezentációra. A Gáborok presztízstárgy-gazdasága nemcsak reflektál a presztízsjavakká alakítható erőforrások eloszlása terén észlelhető különbségekre, vagyis nem csupán a gazdasági sikeresség direkt indexe, hanem a konstitutív politikai cselekvés önálló társadalmi színtere is egyben. Ez a konstitutív jelleg mindenekelőtt

a presztízstárgyak értékének és a tárgytulajdonosok presztízisének manipulálására irányuló különféle stratégiákban és technikákban nyilvánul meg.

Vizsgáljuk meg röviden a Nagyfaluban található ezüstpoharakat és -kannákat! Terpmunkám idején *több mint három tucat presztízstárgy* volt a helybeli romák birtokában. Ez a szám nemcsak a ténylegesen Nagyfaluban található poharakat és kannákat foglalja magában, hanem azokat is, amelyek nagyfalusiak tulajdonában vannak ugyan, de egy másik településen zálogba kerültek; ugyanakkor a számbavétel során nem vettem figyelembe a nagyfalusi romáknál zálogba tett tárgyak közül azokat, amelyek a település határain kívülről érkeztek, vagyis amelyek jelenlegi tulajdonosai nem helybeli romák. Ha ezt a számot hozzáadjuk azoknak a tárgyaknak a számához, amelyek valaha megfordultak Nagyfaluban, de időközben máshol élő romák tulajdonába kerültek, meglepő végeredményt kapunk: azoknak a poharaknak és kannáknak a száma ugyanis, amelyek ma nagyfalusiak, vagy egykor azok voltak, a hetvenet is meghaladja. Az egykor nagyfalusinak minősülő presztízstárgyak száma azonban bizonyára magasabb az általam megismertnél, hiszen csak azokról szerezhettem tudomást, amelyeket a lokális társadalmi emlékezetben ma is számon tartanak, és ezek közül is csak azokról, amelyek az általam is figyelemmel kísért diskurzusok során szóba kerültek.

Ha a jelenleg Nagyfaluban található ezüstitárgyakat abból a szempontból vizsgáljuk meg, hogy a presztízstárgyak két nagy osztálya közül melyik az elterjedtebb, egyértelműen a poharak oldalára billen a mérleg nyelve. A több mint három tucat pohárral szemben ugyanis ma csupán három kanna található a helybeli romák birtokában. A presztízstárgy-életrajzok és egyéb visszaemlékezések alapján tudható, hogy ez az arány a múltban sem tért el jelentős mértékben a mostanitól. A több mint hetven presztízstárgy között ugyanis, amelyek ma nagyfalusinak számítanak, vagy egykor azok voltak, a kannák száma nem éri el a tízet.

Az a tény, hogy a poharak száma sokszorososa a kannákénak, a romák szerint egyáltalán nem véletlen, hanem olyan jelenség, amelyre a két nagy presztízstárgy-osztály közötti értékkülönbség ad magyarázatot. Az előbbieket ugyanis a Gáborok jóval értékesebbnek és keresettebbnek tekintik az utóbbiaknál. E véleményüknek például olyan kijelentések formájában adnak hangot, mint a „*Kodola na-j la kăsi veste*”⁷, vagy „*E kana maj cini-j, na-j la kodo anav*”⁸. A poharak és a kannák közötti értékkülönbség legnyilvánvalóbb jele az irántuk megmutató társadalmi érdeklődés és a megszerzésükért-birtoklásukért folyó verseny eltérő intenzitása. Beszélgetőtársaim csupán két olyan, a Nagfalut körülvevő mikrorégióban található kannáról tettek említést, amelyek értéke megközelíti a fontosabb poharakét. (Ezek közül csak az egyik tárgy nagyfalusi.)

Mióta rendelkeznek a helybeli romák ezüst presztízstárgyakkal? A társadalmi és gazdasági viszonyaik történetét kevésbé ismerő szemlélő számára könnyen úgy tűnhet, hogy e tárgyak megjelenése, akár csak a jómódról árulkodó, sokszobás téglaházak és a márkás nyugati autók általános elterjedése, csupán az elmúlt egy-két évtized hozadéka, olyan jelenség tehát, amelyet – legalábbis első pillantásra – a romániai rendszerváltást megelőző időszakban virágzásnak indult és a nagyfalusi Gáborok jelentős része számára nagy hasznot hozó közvetítő kereskedelem gazdasági sikerességével hozhatnánk összefüggésbe. A helybeli romák ezüstpoharak és -kannák iránti gyűjtőszenvédélye valójában nem más, mint egy meglehetősen új, az 1989-es rendszerváltáshoz kapcsolható fogyasztói gyakorlat?

Az egyes presztízstárgyak társadalmi életrajzai, amelyeket a romák családi körben éppúgy gyakran elevenítenek fel, mint apatársaik és szomszédaik társaságában vagy a különféle nyilvános társadalmi összejövetelek (*djileši, šedinca*, 'gyűlések') során, a feltételezettől alapjaiban eltérő képet tárnak elénk. Ha hallgatóként részt veszünk ezekben a beszélgetésekben, amelyek a tárgyak korábbi tulajdonosainak sorával, az akár évtizedekkel ezelőtt lezajlott presztízstárgy-*vásárokkal* (*forókkal*⁹) vagy örökösödési vitákkal kapcsolatosak, azonnal világossá válik, hogy az „új fogyasztói szokás” elmélete esetünkben nem tartható. Habár azt, hogy a nagyfalusi Gáborok között pontosan kinek a személyéhez kapcsolható az első presztízstárgy megjelenése, ma már nem tartják számon, a szóbeli emlékezet kétséget kizáró bizonyítékokkal szolgál arra vonatkozóan, hogy az itt élő romák hosszú ideje rendelkeznek ezüst presztízstárgyakkal. Egyértelműen alátámasztják ezt annak a megérkezéstörténetnek a variánsai, amely azzal a *rom*mal kapcsolatos, aki a ma Nagyfaluban dominánsnak tekintett ágazat tagjai közül elsőként telepedt le a településen.

A visszaemlékezések szerint az említett *rom* megérkezésének idején csupán egyetlen roma család élt Nagyfaluban, a „gyepmesterként” tevékenykedő, vagyis a paraszti gazdaságokban elhullott állatok tetemeinek összegyűjtéséből és az állati bőrok felhasználásából élő *phuro Čurari*, 'öreg csurár' és családja. A letelepedni kívánó *rom* fiatalemberként érkezett Nagyfaluba özvegy édesanyjával együtt, nem sokkal édesapja halálát követően. Kérdésfelvetésünk szempontjából a történetnek két mozzanata érdemel megkülönböztetett figyelmet. Egyrészt az a tény, hogy a szóbeli emlékezet szerint a kérdéses *rom* nem jött üres kézzel, hanem magával hozta elhunyt apja presztízstárgyait is. (Egyesek szerint a lakóhely-változtatás háttérében éppen az amiatt érzett félelem állt, hogy az apa fivérei valószínűleg megpróbálják majd áron alul megszerezni, elügyeskedni a presztízstárgyakat az özvegytől és fiától.) A megérkezéstörténet variánsai alapján ugyanakkor az is valószínűsíthető, hogy a Nagyfaluba beköltöző fiatal *rom* és az itt élő öreg csurár gyepmester között a letelepedés pillanatában a gazdasági és társadalmi erőviszonyok feltűnően aszimmetrikusak voltak. Beszélgetőtársaim szerint ennek legnyilvánvalóbb bizonyítékául a két *rom*ot támogató férfirokonok és a birtokukban lévő presztízstárgyak számának összehasonlítása szolgál. Eszerint amíg a beköltöző fiatal *rom* nem számíthatott azonnali, hathatós külső támogatásra, vagyis lényegében egyedül érkezett Nagyfaluba, addig az „öreg csurárnak” „öt fia és öt pohara” volt. Az „öreg csurár” egyik leszármazottja szerint:

„O baro Čurari sah le panž taxa! The panž šave sah le, the zor sah le, the barvalo sah, kaj či sah či jákh opral pre lehte and'ol roma! Kade phenlah la vi muřo dad. Kaj so phenda o phuro Pišta, či xoxadah”¹⁰

Azok közül a presztízstárgyak közül, amelyeket az akkor letelepedő *rom* később a *fi*aira hagyott, három terepmunkám idején is a helybeli romák tulajdonában volt. Ha közelebbről megvizsgáljuk az egyik ilyen tárgy társadalmi karrierjének szóbeli emlékezetét, amely egyszer sem „hagyta el” a letelepedő *rom* ágazatát és Nagyfalut, kiderül, hogy azt ma a leszármazottak hatodik generációja birtokolja. A genealógiai adatfelvétel során gyűjtött információk, valamint a szóban forgó presztízstárgy társadalmi életrajzával kapcsolatos adatok egymásra vetítése alapján egyértelműen következtethetünk arra, hogy a fent említett letelepedéstörténet legkorábban az 1800-as évek közepén játszódhatott le. Ebben az időszakban pedig – a visszaemlékezések tanúsága szerint – már a leteleped-

ni kívánó fiatal *rom* és az őt befogadó „öreg csurár” is rendelkezett ezüst presztízstárgyakkal. (A fentihez hasonló folyamat játszódott le az egyik szomszédos település Gábor közösségében is, megközelítőleg egy generációval később.)

A nagyfalusi romák presztízstárgy-gazdasága tehát nem a rendszerváltás idején egyre látványosabbá váló gazdasági státus emelkedésének következménye, hanem olyan gyakorlat, amely *legalább százötven éves múlt*ra tekint vissza. Habár e jelenség kezdetének feltérképezését lényegében lehetetlenné teszi az 1800-as évek elejével kapcsolatos emlékek töredékessége és esetenkénti ellentmondásossága, a visszaemlékezésekben felbukkanó tárgyak és tulajdonosok nagy száma alapján mégis valószínűsíthető, hogy nem a nagyfalusi „öreg gyepmester”, és nem is presztízstárgy-tulajdonos kortársai voltak az ezüstpoharak és -kannák iránti gyűjtőszennvedély első hírnökei a Gáborok között.

A presztízstárgy-gazdaság mint a tárgyi javak fogyasztásának elit regisztere

Mielőtt választ adnánk arra a kérdésre, hogy miért tekintik értékesnek a Gáborok az ezüstpoharakat és -kannákat, vizsgáljuk meg, hogy a presztízstárgy-gazdaság milyen szerepet tölt be fogyasztói szokásaik rendszerében! Milyen tárgyi javakba fektetik a romák feleslegüket akkor, ha biztosak akarnak lenni abban, hogy a tranzakció révén majd társadalmi elismerésre és megbecsülésre tesznek szert saját etnikai alcsoportjukon belül? Tapasztalataim szerint a válasz egyértelmű: elsősorban ezüst presztízstárgyakba. A poharak és a kannák a tárgyi javak csoportján belül a fogyasztás elitregiszterét (vö. Appadaurai 1986:38) alkotják a Gáborok között.

Habár a romák pontosan tudják, hogy melyek a gázsók körében divatos és tiszteletré méltónak (vö. Veblen 1975) számító fogyasztói szokások, és többnyire nem lennének pénzügyi akadályai annak, hogy ők maguk is a gázsó fogyasztói mintákat kövessék, ezek többsége mégsem gyakorol rájuk különösebb vonzerőt. A szabadidő eltöltésének olyan, a vebleni „hivalkodó fogyasztás” eseteiként is értelmezhető költséges formái, mint az egzotikus tájakon tett luxusutazások vagy a lovaglás és a vitorlázás éppúgy hidegen hagyják a romákat, akárcsak az egyedi készítésű, drága ékszerek és a képzőművészeti alkotások iránti gyűjtőszennvedély vagy a hétvégi házak építésének gázsó szokása.

A Gáborok ugyanakkor nem szívesen tárolják pénzüket bankszámlákon, és általában bizalmatlanok az olyan gázsók által igénybe vett befektetési formákkal szemben, mint az értékpapírok vagy a hosszabb-rövidebb futamidejű lekötések. Ez az attitűd egyrészt azokra az állami rendelkezésekre vezethető vissza, amelyeket a szocializmus idején a magántulajdon korlátozása és az informális vagyonfelhalmozás ellenőrzése érdekében hoztak,¹¹ és amelyek a rendszerváltásig a romákat is arra ösztönözték, hogy eltitkolják jövedelmüket az állami hatóságok elől. Habár e rendelkezések időközben hatályukat veszítették, és az elmúlt években például az aranyelkobzással kapcsolatos kártalanítás folyamata is elkezdődött, a romák jelentős része még ma is úgy véli: a „múlt még nem ért véget”. A gázsó pénzpiaci befektetési formákkal szembeni bizalmatlanság rendszerváltás utáni fennmaradásához ezenkívül hozzájárultak az olyan kedvezőtlen folyamatok is, mint a kilencvenes évek elején szinte az egekbe szökő infláció, egyes bankok csődbe

jutása vagy a *caritas* néven elhíresült piramisjáték látványos bukása (vö. Magyar-Vincze – Feischmidt 1994).

Azok a *romok*, akiknek bankszámlájuk van, vagy állami vállalatokkal és intézményekkel üzletelnek (ezek ugyanis kerülnek a munkadíj készpénzben történő kifizetését), vagy valamely környező országban közvetítő kereskedelemmel foglalkoznak, és a különféle engedélyek beszerzése miatt kényszerülnek arra, hogy bankszámlát nyissanak. A legtöbb *rom* tehát a gázso bankok közreműködését nem azért veszi igénybe, hogy ott gyarapítsa megkeresett pénzét, hanem azért, mert csak így vállalhat legálisan munkát, vagy csak így juthat hozzá munkadíjához. Egyre többen gondolják azonban úgy, hogy a politikai rendszerváltással és a gazdaság fokozatos stabilizálódásával párhuzamosan a pénzügyi helyzetekkel szembeni bizalmatlanság jórészt okafogyottá vált, és a pénz formáját öltő felesleg elhelyezése bankszámlákon ma már biztonságosabb, mintha otthon tárolnák azt, kitéve magukat például a betörésekből fakadó veszélyeknek.

Az említett tartózkodás azonban nemcsak a bizalom hiányára, hanem gazdasági okokra is visszavezethető. Ezek közül a legfontosabb az, hogy a gázso bankokban elhelyezett összegek után járó kamatok rendszerint jóval alacsonyabbak annál a kamatszintnél, amelyre a romák az egymás közötti vagy a gázsokkal folytatott informális kölcsönügyletek során szert tehetnek. Vagyis a gázso részvények, kötvények vagy befektetési jegyek gyakran még akkor sem tűnnek igazán jövedelmezőknek számukra, ha a kilátásba helyezett haszon elérését nem akadályozzák meg olyan kedvezőtlen gazdasági folyamatok, mint a bankcsőd vagy az infláció jelentős növekedése.

Mivel támasztható alá az állítás, hogy a poharak és a kannák – legalábbis a tárgyi javak körén belül – a fogyasztás elit regiszterét alkotják a Gáborok között?

E tárgyak elit státuszának egyik legnyilvánvalóbb jele a romák közötti tranzakciók során értük kifizetett vételárak nagysága. (A korábbi és a jelenlegi tulajdonosoktól származó tárgyéletrajzok alapján a presztízstárgyak ára többnyire pontosan dokumentálható – legalábbis az 1950-es évek elejétől.) Ahhoz, hogy a vételárak gazdasági jelentősége érzékelhetővé váljon, vizsgáljunk meg négy, a Gáborok között lezajlott *presztízstárgy-vásárt*, amelyekre 1964-ben, 1984-ben, 1995-ben, illetve 2004-ben került sor. Az első tranzakció az egyik szomszédos megyeszékhelyen, a további három pedig Nagyfaluban zajlott le. Mind a négy esetben olyan pohár cserélt gazdát, amely a Gábor presztízstárgy-definíció alapján a legértékesebbnek tekintett pohárformatípushoz tartozik. Nézzük meg, hogyan viszonyulnak a vételárak a romániai gazdaság egészére vetített, egy főre jutó havi bruttó átlagkeresetekhez!

Az egyik presztízstárgy-vásárra 1964-ben került sor. Az akkori vevőtől származó tárgyéletrajz szerint, aki egészen az 1990-es évek közepéig képes volt saját tulajdonként megőrizni a poharat, a vételár 240 000 lej volt. Hasonlítsuk össze ezt az összeget a Romániai Statisztikai Hivatal adatainak egyikével: 1964-ben a gazdaság és a tárgyév egészére vetített, egy főre jutó bruttó havi átlagkereset 1046 lej volt, vagyis a pohár vételára a havi átlagkereset 229,4-szeresét tette ki. A másodikként említett, 1984-ben lezajlott *foro* két testvér között jött létre. Az, hogy a pohár gazdát cseréljen, elsősorban az idősebb fivér – mint eladó – érdekeit szolgálta, aki azért akart mielőbb megválni attól, hogy a vételárat kiegészítve megszerezzen egy időközben eladóvá vált, a sajátjánál értékesebbnek tartott poharat. A két fivér közötti áralku során megállapított vételár végül 1 400 000 lejt tett ki. 1984-ben a gazdaság és a tárgyév egészére vetített, egy főre

jutó bruttó havi átlagkereset 3224 lej volt, vagyis a pohár vételára 434,2 havi átlagkeresetnek felelt meg. Harmadik példánk, egy 1995-ben lezajlott *foro* esetében a vételár megközelítőleg 75 000 német márka volt, ami 106 730 769 román lejfel ért fel. Mivel az egy főre eső bruttó havi átlagkereset a tárgyév és a gazdaság egészét tekintve 275 825 lej volt, a pohár vételára ez utóbbi összeg 386,9-szeresére rúgott. A negyedik esetben szereplő pohár azonos a második példában említettel. Ezt a poharat 2004-ben az egykori eladó visszavásárolta fiatalabb fivérével, aki fokozatos eladósodása miatt időközben olyan kilátástalan helyzetbe került, amelynek megoldására más mód már nem kínálkozott, csak a tárgy eladása. Az idősebb fivér 87 000 amerikai dollárért jutott hozzá ismét az 1984-ben általa eladott pohárhoz. Ez az összeg az amerikai dollár 2004. december közepi árfolyamát figyelembe véve 2 575 374 000 lejfel tett ki, a gazdaság egészére vetített, egy főre jutó bruttó átlagkereset pedig ebben a hónapban 9 733 512 lej volt, vagyis a 87 000 dolláros vételár az akkori átlagkereset 264,5-szeresével ért fel.

Vessük össze a fenti arányokat egy másik adattal! Az összehasonlítás alapjául az a tapasztalat szolgál, hogy a Gáborok által a legértékesebbnek tekintett pohárformatípushoz tartozó tárgyak vételára egyszer sem haladta meg a kétmillió forintot azokon a magyarországi műtárgyárveréseken, amelyeket az elmúlt évek során figyelemmel kísértem. (Az említett árveréseken tizenöt ilyen tárgy cserélt gazdát. A leütött vételárak sok esetben meg sem közelítették ezt az összeget.) A kétmillió forintos felső összeghatár 2001-ben a magyar gazdaság és a tárgyév egészére vetített, egy főre jutó bruttó havi átlagkereset 19,3-szeresét, 2002-ben 16,3-szeresét, 2003-ban 14,5-szeresét, 2004-ben pedig 13,7-szeresét tette ki. Az így kapott arányszámok tehát jóval kisebbek a romák között gazdát cserélő tárgyakért kifizetett vételárak kapcsán említettekénél.

Bár a presztízstárgyak ára a mindenkori alkufolyamat egyedi terméke, vagyis nem beszélhetünk rögzített árakról, továbbá a magyarországi és a romániai átlagkeresetek vásárlóerejének összehasonlítása a rendszerváltást megelőző időszakban meglehetősen problematikus feladat, a fenti példák mégis alkalmasak annak érzékeltetésére, hogy a romák a romániai bruttó átlagkeresetekhez viszonyítva milyen jelentős összegeket kínáltak/kínálnak fel egy-egy fontosabb presztízstárgyért. A Gáborok által egymás között kifizetett és a gázso műtárgypiaci árak közötti feltűnő különbség nyilvánvalóan utal arra, hogy a kérdéses tárgy típusnak tulajdonított jelentőség a gázso és a romák mint értelmezői közösségek esetében számottevő eltérést mutat. A helyzet kétségtelenül az, hogy amíg az ezüstpoharak és -kannák a gázso műtárgypiacon vagy a Nagyfaluban élő magyarok között nem tartoznak a legkeresettebb tárgyak közé, addig a Gáborok esetében értéküket és társadalmi jelentőségüket egyetlen más tárgycsoporté sem múlja felül. Az értéktulajdonítás terén tapasztalható eltéréssel természetesen maguk a romák is tisztában vannak. Világosan mutatja ezt az alábbi, az egyik legtekintélyesebb, három presztízstárggyal is rendelkező nagyfalusi *romtól* származó kommentár részlet. Az idézett mondatok akkor hangzottak el, amikor a házigazda gondosan kicsomagolta a nemrég egy másik *romtól* vásárolt poharat az annak megóvására és elrejtésére szolgáló ruhadarabokból, és megosztotta velem mindazt, amit a tárgy roma társadalmi karrierjével és tárgyi tulajdonságaival kapcsolatban szerinte tudni érdemes:

„Na, nézze meg, Péter, nálunk mi a vagyon! Magyar ember nem ad érte száz dollárt! Érti maga? Na nézze meg! [...] Ezt, ha vinném, magyar embernél, vegye meg tőlem, nem adna érte száz dollárt. A Jóisten tudja! Van ilyen ember, ahogy te vagy most, hogy már

ismered a cigány isztoriját, köztünk vagy, s már jártál, s már hallottál, azt mondanád: »Megveszem, mer ilyen... érték. Valamennyit adok érte!«. De nem annyit, amennyit megér!! Annyit maga nem adna úgyse! De van más ember, hogy azt mondja: »Mit csináljak veled? Nekem még a vitrinbe se kell! Kidobom a szemébe.« Nemhogy pénzt adna érte! Ezt már magyar ember vagy román ember, vagy német ember, ezt nem veszi. Ezt egyes-egyedül vannak ezek a... akik értik a régiséghez, hogy gyűjteményeznek, tudja? [...] És meglátna, azt mondaná: »Adok érte vagy ötezer dollárt.« Azt mondaná egy ilyen művészember, aki ért a régiséghez, aki foglalkozik a régiségekkel. De a Jóisten tudja, hogy nem ér egy pohár víznél többet magyar embernek. S nálunk: hatvanöt–hetvenezer dollár. [...] Ez köztünk éjjel, ha azt mondom: »Eladom!«, van tíz vevő rajta, cigány. Akkor az nem ötezer dollárt adnak, mer nem is pökik ki a száján, avval nem is tárgyalunk. Azt mondom: »Százötvenezer dollár.« »Adok hatvan–hetvenezret.« S ez az ár könnyen megkapom, egy fél óra alatt megkapom, s számolják le, s kész. Mint magyar ember, hogy ad érte száz dollárt, úgy megkapom ezt a hatvanöt–hetvenezer dollárt.”

A presztízstárgyak jelentőségére nemcsak a Gáborok között lezajló vásárok során gazdát cserélő összegek nagysága utal, hanem az azokkal kapcsolatos romani terminológia is. A poharak és kannák elit jellegét a romák által kedvelt és keresett tárgyak univerzumán belül egyértelműen mutatja például az a gyakorlat, hogy a vagyon-gazdagság, az örökség vagy a zálog fogalmak kizárólagos vagy elsődleges szinonimáinak a Gáborok éppen a presztízstárgyakat tekintik. Az általuk beszélt romani változatban kizárólag a presztízstárgyak megjelölésére szolgál például a *hadjomanjošo vadjono* ('hagyományos vagyon') kifejezés, amely egyszerre utal a tárgyak értéktelítettségének mértékére (*vadjono*) és az öröklés intézményével való kapcsolatukra (*hadjomanjošo*). Az említett jelzőhöz ugyanis a fenti szókapcsolatban két jelentés is társul egyidejűleg, amelyek mindegyike a tárgyak történelemben ágyazottságának jelentőségét hangsúlyozza. A *hadjomanjošo* egyrészt kifejezi, hogy a presztízstárgy-birtoklás nem új keletű jelenség a Gáborok között (olyan vagyonforma, amelynek „*sîn le hadjomanjo maškar amende*”, vagyis 'hagyománya van közöttünk'; ez az *etnikus* történelemben ágyazottság aspektusa). Másrészt az említett jelző utal a presztízstárgyak ideális létmódjának lényegére is, vagyis kifejezi, hogy azokat a romák ideális esetben hosszú ideig kivonják az árucikkek körforgásából, és apai ági örökségként adják át generációról generációra (az *ágazati* történelemben ágyazottság aspektusa). A Gáborok más kontextusokban is elsősorban a poharakat és a kannákat társítják a vagyon fogalmához. Pistát idézve, aki maga is pohártulajdonos:

„Nálunk ez a vagyon. Én építettem a fiamnak egy házat, ami ejiszem sokezer dollár [...]. De nekünk nem az a vagyon! Nekünk az a vagyon, hogy maradtak az öregektől ilyen régi... nem arany poharak, hanem antik, régi poharak. S ez... közbe rajta... ria van a címer, hogy azt mondjuk: »Na, ez ennek és ennek a pohara!« Tudunk számolni ötszáz évet vagy hatszáz évet, vagy ki tudja, mennyit, hogy hányadik kézen ment keresztül, és kié vót, s mi vót!”

Ugyanez a tendencia figyelhető meg a *mištimo* ('örökség') terminus használata esetén is. Habár a romák hozzátartozóiktól pénzt, autót, házat vagy kisebb értékű használati tárgyakat is örökölhetnek, a *mištimo* kifejezésen elsősorban nem ezeket, hanem az ezüst presztízstárgyakat értik. A nagyobb összegű kölcsönügyletek során felajánlott zálog (*simadji*) elvileg ugyancsak számos formát ölthet. Lehet például egy márkás autó vagy ház, de ha a kölcsönt felvevő személy is *rom*, a kölcsönadó által fedezetként (*garancije*,

fedezíko) „bekért” értéktárgy – feltéve, hogy a kölcsönvevő rendelkezik ilyennel – mindenekelőtt az ezüst presztízstárgy lesz. Annak ellenére tehát, hogy a zálog kifejezés a tárgyak egy széles spektrumára vonatkozhat, akárcsak az örökség vagy a vagyon fogalmak, a Gáborok elsősorban a presztízstárgyakat társítják azokhoz, ami újabb bizonyítéka a poharak és kannák elitregiszter-jellegének.

A felesleget érintő fogyasztás fogalma a Gáboroknál tehát nem az értékpapírokat, az aranyat vagy a divatos, márkás ruházati cikkek felhalmozását, hanem elsősorban az említett ezüstitárgyak fogyasztását részesíti előnyben, és jutalmazza társadalmi elismeréssel. Azok számára, akik kellő politikai ambíciót éreznek magukban ahhoz, hogy részt vegyenek a presztízstárgy-gazdaságban, lényegében nem létezik a tárgyi javaknak más olyan csoportja, amelyekért készek lennének nagyobb áldozatot vállalni, vagy amelyek elvesztése nagyobb presztízszvesztéssel járna számukra, mint egy általuk nagyra becsült ezüstpoharé.

Az, hogy a romák rendszerint a rendelkezésükre álló feleslegesen vásárolnak presztízstárgyakat, természetesen nem jelenti azt, hogy minden feleslegüket ezekre költik, ahogyan azt sem, hogy mindig csak a felesleget fordítják erre a célra. A Gáborok között az ezüstpoharak és -kannák mellett a vagyonreprezentáció keresett, megbecsült eszközei a márkás nyugati személygépkocsik, a tágas, fürdőszobás, új építésű lakóházak, a jómódról árulkodó lakberendezési tárgyak vagy a közeli megyeszékhely drága éttermeinek (McDonald’s stb.) látogatása. A legelkötelezettebb pohártulajdonosok azért, hogy késleltessék-megelőzzék a tárgyeladást, vagy azok a *romok*, akik feltétlenül meg akarnak szerezni egy kiszemelt presztízstárgyat, gyakran nemcsak a rendelkezésükre álló felesleget „mozgósítják”, hanem azon túlmutató pénzügyi kockázatvállalásra is hajlandóak (például jelentős összegű kölcsönöket vesznek fel).

Gázsó műtárgyból roma presztízstárgy

Amint arra alkalmanként maguk a Gáborok is utalnak, presztízstárgyaik túlnyomó többsége valamikor a gázsók tulajdonában volt. Ha figyelembe vesszük, hogy a Gáborok kifejezetten a több száz éves, antik ezüsből készült poharak és kannák iránt érdeklődnek, és ők maguk egyáltalán nem készítenek ezüstitárgyakat, továbbá nem is készíttetnek ilyeneket a közelükben élő ötvösmesterekkel,¹² akkor nincs okunk meglepődni ezen a kijelentésen. (Itt jegyzem meg, hogy presztízstárgyaik közül néhány darab nem a gázsóktól, hanem egy másik erdélyi roma etnikai alcsoport tagjaitól került hozzájuk, olyan személyektől, akik hasonlóképpen presztízstárgyknak tekintik, és egykor valószínűleg ugyancsak gázsóktól vásárolták azokat.¹³) Bár a tulajdonukban lévő tárgyak viszonylag nagy száma és a hozzájuk kapcsolt, etnicizált értékfogalom miatt a Gáborok ma elsősorban egymás között adják és veszik a presztízstárgyakat, a külső, gázsó forrásokra támaszkodó tárgybeszerzésre terepmunkám során is akadt néhány példa.

A gázsó tulajdonban lévő ezüstitárgy romák általi megvásárlása önmagában még nem jelenti azt, hogy a tárgy az adásvételt követően azonnal roma presztízstárggyá válik. Ez a státus ugyanis nem immanens, vagyis nem a tárgyban már a készítés vagy a megvásárlás pillanatában benne rejlő adottság, hanem olyan tulajdonság (társadalmilag tulajdonított kulturális identitás), amely csak egy bizonyos idő elteltével, a Gábor értelmezői

közösség tudatos jelentés- és érték-újraalkotó tevékenységének köszönhetően válik a tárgy sajátjává. Ahhoz, hogy egy gázsóktól érkező pohár vagy kanna teljes értékű tagjává válhasson a Gábor presztízstárgyak csoportjának, három tárgyi és egy szimbolikus tulajdonsággal kell rendelkeznie. Ezek – Appadurai (1986:13–15) árucikkjelöltség (*commodity candidacy*) fogalmát parafrázálva – a presztízstárgy-jelöltség elengedhetetlen előfeltételei a szóban forgó etnikai alcsoportban. A Gáborok ugyanis csak azokat a poharakat és kannákat tekintik presztízstárgyaknak, amelyek antik ezüsből készültek (az anyag és a tárgy kora), illetve amelyek a saját presztízstárgy-definíciójukban rögzített formatípusok valamelyikéhez tartoznak (a forma kérdése). A presztízstárggyá válás egyetlen nem formai előfeltétele az, hogy a tárgy a romákhoz kerülve legalább két-három Gábor tulajdonos „kezén is átmenjen”, vagyis belőlük álló roma genealógiára, társadalmi karrierre-émlékezetre tegyen szert. Azokra a tárgyakra, amelyek mind a négy előfeltételnek megfelelnek, teljes értékű presztízstárgyakként utalok.

A gázsóktól megvásárolt pohár vagy kanna a jelentés és az érték kérdéseit alapjaiban érintő szimbolikus transzformáción megy keresztül, miközben gázsó műtárgyból roma presztízstárggyá válik. Ezt a folyamatot Appadurai (1986) nyomán a tárgy értékrezsimek közötti mozgásaként, Thomast (1991) követve pedig a társadalmi és kulturális kontextusok közötti vándorlásként, rekontextualizációként definiálhatjuk. A Gáborok a használatbavétel során a gázsók által a tárgynak tulajdonított jelentések és értékek többségét éppúgy figyelmen kívül hagyják, ahogyan a tárgy gázsók közötti társadalmi karrierje-émlékezete iránt sem mutatnak érdeklődést, és azokat a saját presztízstárgy-definíciójukhoz kapcsolódó jelentésekkel és értékekkel, illetve értékpreferenciákkal helyettesítik. A hozzájuk kerülő ezüstpoharat tehát lényegében újradefiniálják: új jelentéseket és értékeket társítanak hozzá, és új kulturális identitással (presztízstárgy) látják el.

Az újraértelmezés folyamata egyrészt a pohár vagy kanna tárgyi tulajdonságainak újraosztályozására terjed ki (a Gáborok külön erre a célra szolgáló szempontrendszer alapján), másrészt a tárgy szingularizálására (Kopytoff 1986), vagyis „egyediesítésére”. Az egyediesítés olyan eljárásokat foglal magában, mint a *romano* tulajdonnévadás (a Gáborok presztízstárgyai tulajdonnévvel rendelkező tárgyak), a tárgy roma tulajdonosokból álló genealógiájának kialakulása, valamint a roma tárgytörténeti karakter meghatározása. (Amíg *romano* tulajdonnévvel és genealógiával a Gáborok valamennyi teljes értékű presztízstárgya rendelkezik, a tárgytörténeti karaktert megnevező állandó jelzők csak bizonyos poharakhoz és kannákhoz kapcsolódnak.)

A gázsóktól vásárolt pohár vagy kanna tárgyi tulajdonságainak újraosztályozása lényegében már akkor megtörténik, amikor a Gábor vásárló kiválasztja azt a gázsó tulajdonban lévő tárgyak közül azzal a céllal, hogy az később teljes értékű presztízstárggyá váljon a kezében. A kiválasztás voltaképpen maga a reklaszifikáció aktusa, hiszen a Gáborok pontosan tudják, hogy ha a szóban forgó pohár vagy kanna nem felel meg a presztízstárgy-jelöltség valamelyik tárgyi feltételének, nem válhat közöttük azzá. A gázsó műtárgyból azonban nem lesz egyik pillanatról a másikra teljes értékű roma presztízstárgy, mivel az eddig csak gázsók tulajdonában volt. Az, hogy az újonnan érkezett tárgy két-három *rom* „kezén is átmenjen”, vagyis saját roma társadalmi karrierre és emlékezetre tegyen szert, időigényes folyamat. A tárgy gázsóktól történő megvásárlása és teljes értékű Gábor-presztízstárggyá válása közötti periódust éppen ezért az értéktelítődés liminális fázisaként definiálhatjuk, olyan időszaként, amikor a tárgynak tulajdonított

etnikai, illetve kulturális identitás a romák nézőpontjából szemlélve még ambivalens: a tárgy már nem egészen gázsó műtárgy, de még nem is teljes értékű roma presztízstárgy. Ezzel magyarázható, hogy bármennyire vonzó tulajdonságokkal rendelkezzen is egy gázsóktól újonnan vett, formai szempontból „béváló”, vagyis a presztízstárgy-jelöltség tárgyi feltételeinek megfelelő pohár, a hozzá társított érték és jelentőség a már teljes értékű roma presztízstárgyakéhoz viszonyítva mindaddig viszonylag csekély marad (lényegében alig különbözik a gázsó műkincspiaci értéktől), amíg a pohár nem tesz szert saját roma genealógiára.

A romaniban a liminalitás állapotában lévő tárgyak megnevezésére a *njevo taxtaj* (‘új pohár’) kifejezés használatos, ami arra utal, hogy a pohár még „nem volt forgalomban” a romák között, vagyis az etnikai alcsoport történelmébe integrálódása még épphogy csak elkezdődött. A liminális fázis folyamán lezajló értéktelítődésre, vagyis az etnikus történelemben ágyazottságnak, a tárgy roma genealógiájának kialakulására a romák gyakran olyan metaforákkal utalnak, mint a „megöregszik” vagy „megavasodik” a tárgy a roma tulajdonosok kezében.

A roma presztízstárgyak legfontosabb értékaspektusai: a szimbolikus és a tárgyi patina

A továbbiakban az általam figyelemmel kísért presztízstárgy-*vásárok* és -kommentárok elemzésére támaszkodva arra a kérdésre keresem a választ, hogy a romák milyen fontosabb értékszempontokat¹⁴ vesznek figyelembe akkor, amikor a közöttük zajló tranzakciók során felbecsülik egy-egy presztízstárgy értékét. Azok a tárgyak tehát, amelyekről szó lesz, már „túl vannak” a liminális fázison, vagyis ratifikált, teljes értékű roma presztízstárgyak, amelyek már egy ideje a Gáborok között forognak.

Amikor egy *rom* felbecsüli egy ilyen pohár vagy kanna értékét, mindenekelőtt két értékaspektust vizsgál meg közelebbről. Egyrészt sorra veszi, hogy a saját etnikai alcsoportjába tartozó *romok* közül kik birtokolták azt korábban, különös tekintettel a közelmúltra és a legutóbbi tulajdonosokra. Másrészt azt vizsgálja meg, hogy az adott pohár vagy kanna milyen tárgyi tulajdonságokkal rendelkezik, vagyis mennyire értékes ebből a szempontból a saját lokális közösségében vagy a lakóhelyét körülvevő mikrorégióban található presztízstárgyakhoz képest.

A presztízstárgy roma genealógiája mint szimbolikus-mnemonikus patina

A presztízstárgy gázsó társadalmi karrierje nem része annak az érték- és jelentéshorizontnak, amely alapján a Gáborok a gázsóktól vásárolt tárgyat új jelentéssel és értékkel látják el. Szögezzük le ismét: egyáltalán nem a gázsó társadalmi karrier az, amely a romák szemében vonzóvá teszi ezeket a tárgyakat. Az ötvösmesterek és a poharakat korábban birtokló gázsó tulajdonosok a romák nézőpontjából szemlélve csupán olyan arcatalan-homogén csoportként jelennek meg, amely társadalmi emlékezetükön kívül helyezkedik el, éppen ezért az említett személyek kilétének aprólékos számon tartása vagy

felelevenítése nem kecsgetet hírértékkel, társadalmi elismeréssel a Gáborok számára. Presztízstárgyaik gázsó előéletével kapcsolatban legfeljebb azt említik meg, hogy azok többsége egykor „a bárók és a grófok”, vagyis az erdélyi arisztokrácia tulajdonát képezte.

A teljes értékű, vagyis „béváló” és már egy ideje a Gáborok között forgó pohár értékbecslése során mérlegelt legfontosabb szempontok egyike a tárgy roma társadalmi karrierje, azon belül is a korábbi roma tulajdonosok sora. A tárgyaknak tulajdonított érték és jelentőség jórészt az ő státusukból és hírnevükből eredeztethető, éppen ezért a korábbi tulajdonosok csoportjára a láthatatlan-mnemonikus patina¹⁵ kifejezéssel utalok. A Gábor tulajdonosok hosszú időre a tárgy társadalmi életrajzának elidegeníthetetlen részévé válnak, amelyet a vevő gyakran azért vásárol meg, hogy a birtokbavétel révén maga is része lehessen a tulajdonosok sorának, és így lehetősége nyíljon a saját sikerességét demonstráló státus-összehasonlítások megfogalmazására (például önmaga és a tárgy megőrzésére képtelen korábbi tulajdonosok vonatkozásában). A presztízstárgy-genealógia lényegében olyan etnikai alapon szerveződő, diszkurzív panteon, szimbolikus emlékhely vagy egyfajta „dicsőségtábla”, amely a korábbi roma tulajdonosok társadalmi-gazdasági sikerességének állít emléket.

Arra, hogy a tárgyak értékének meghatározása során milyen kiemelkedő szerep jut a korábbi roma tulajdonosoknak, pontosan utal a liminális fázis létezésére, pontosabban az a szembetűnő különbség, ami a liminális stádiumban lévő, illetve a már teljes értékű presztízstárgyaknak tulajdonított érték és jelentőség között megfigyelhető. Mivel a liminalitás állapotában lévő tárgy még nem forgott a romák között, vagyis még nem rendelkezik a roma tulajdonosokban „mérhető” társadalmi emlékezettel, úgy utalnak rá, mint amelynek „*Na-j le či dad, či dej*” (‘Nincs se apja, se anyja’). Ez a szófordulat arról árulkodik, hogy a Gáborok általi használatbavétel kezdetén a tárgy még jószerevével „múlt nélkülinek” minősül, és csak az őt birtokló roma tulajdonosok mint szimbolikus szülők „gyermekként”, vagyis az ő tárggyal történő identifikációjuk eredményeképpen tesz szert új, értéktelített, roma társadalmi karrierre és emlékezetre. Pista alábbi kommentárja szerint:

„...ekh kăso taxtaj, te na-j le dad the dej, na-j le ertiko. Te na-j le anav dekathar ol phură, te žanah: kahko sah, the kathar eredisejla, the če taxtaj-i. Akkor numa kade len le, ekh taxtaj njevo, na-j le khanči ertiko.”¹⁶

Egy nemrég a Gáborokhoz került, még a liminalitás állapotában lévő presztízstárgy értékének a felbecslése során Rupí hasonlóan fogalmazott:

„Ez jó pohár [értsd: tárgyi tulajdonságait tekintve]. Csak annyi, hogy nem vót a mi bojszunk rajta. Érted? Hogy [nem mondhatjuk, hogy] »X-től jött.« Na-j le dad the dej. Nincs apja, s anyja, hogy törzsből¹⁷ legyen, hogy Y-é vót, érted? [...] De a Z-ről származó pohárnak igen! Ott tudjuk, hogy Z-ről jött, ettől és ettől a cigántól jött le.”

Ennek megértéséhez vegyük figyelembe, hogy a bajusz a *romok* társadalmi, nemi és etnikai identitásának egyik legfontosabb szimbóluma. A „nem vót a mi bojszunk rajta”, vagy a presztízstárgy-diskurzusban gyakran előforduló „bajszos pohár” kifejezésekben a bajusz mint etnikai identitás-szimbólum az etnikus történelemben ágyazottság megfelelője. E perszónifikálóstratégia segítségével a Gáborok ugyancsak azt juttatják kifejezésre, hogy a szóban forgó tárgy rendelkezik-e náluk saját társadalmi karrierrel és emlékezettel, avagy nem.

Hasonlóképpen a roma tulajdonosokból álló genealógia hiányára utal az a nyelvi gya-

korlat, hogy a gázsóktól vett új poharat gyakran „arvona taxtaj”-nak, ’árva pohár’-nak nevezik. Egy idős *romnji* úgy fogalmazta meg ezt, hogy az árvaházból érkezett gyermekhez hasonlított egy új poharat:

„Na-j le gazda. [Nincs gazdája.] Tudod, ez hogy jön ki? Mint mikor így teszik be a gyerekeket az árvaházba. Beteszi egy úrinő is, hogy nem tudja tartani, vagy mit tudom én. Na, ha már kiveszi, nem egy kicsit le van esve a rangja, hogy azt mondják, hogy árvaházból jött? Érted? Na, a pohár, az új pohár jó anyagilag, minden jó benne, jó a formája is, jó a munka is rajta, csak azt mondják, hogy »Nem örökölték cigántól!«”

A korábbi Gábor tulajdonosok érték- és vágyképző jelentőségére utalnak azok a kommentárok is, amelyek szerint a presztízstárgyban a romák az *istorijét*, vagyis a tárgy roma történelmét-életrajzát „fizetik meg”, másként fogalmazva azt, hogy a tárgy előzőleg „kakhā sah” (’kiké volt’) Az alábbi idézetek nemcsak alátámasztják ezt az állítást, hanem arra vonatkozóan is nyilvánvaló bizonyítékkal szolgálnak, hogy a Gáborok pontosan tudják: a gázsóok egészen más szempontok alapján definiálják e tárgyak értékét és jelentőségét, mint ahogy azt ők maguk teszik.

„Na ko taxtaj potjinen maga, kā kāsavo but somnakaj sîn andră, vaj kocom but rup sîn andre le!... E veste! Kahko sah! »Kakale řomehko, kukole řomehko sah...« E veste! O anav, o baro! The o regiřigo, kā dulmutuno-j! [...] Az isztoriját. Kā kode phenen: »Kado taxtaj sah le bară X-ohko, vaj sah le bară Y-ohko, vaj sah le bară Z-ehko...«, apoj kodoleh sîn le anav, kā kodo mařkar ol řoma sah.”¹⁸

„Nemcsak az érték [értsd: a tárgy anyagáé], mer például egy ékszerész vagy egy régészeti ember, aki ismeri ezeket a dógokat [...] azt mondja, »Hát még az arany sem ér az árán fejj! Csak az árát éri meg!«, s ennek [értsd: a tárgy anyagának] is van egy bizonyos ára. De nálunk nem aztat fizessük! Tízszer többet adunk a hírér s a hagyományér, mint az objektér, mint a... maga a pohárér. [...] Na numa o taxtaj potjinen, e veste potjinen! [Nemcsak a poharat, a hírnevet fizetik meg!]

Ezek a kommentárok arról is árulkodnak, hogy mire tesz szert az új roma tulajdonos akkor, ha megvásárolja az értékes-keresett presztízstárgyak valamelyikét: „baro anav”-ra, vagyis ’nagy név’-re, „veste”-re, vagyis ’hírnév’-re, illetve „cimo”-ra, vagyis ’cím’-re.¹⁹ Mindhárom kifejezés a hírnév szinonimája, ami további haszonformákká alakítható.

„Apoj kodo kon tjinlah ekh taxtaj, aba kodolehkă [...] sîn le cimo. Aba sîn le veste. [...] Kon tjinel ekh taxtaj kodo kărăl veste, anav baro.” Vagyis: „Az, aki vesz egy poharat, annak már [...] címe van. Az a személy már hírnévre tesz szert. [...] Aki vesz egy poharat, az hírnevet, nagy nevet csinál.”²⁰

A szülő-gyermek viszonyt felidéző olyan metaforák, mint a „nincs se apja, se anyja” vagy az „árva pohár” lényegében a tárgy és a hozzá kapcsolt érték etnicizáltságát kifejező eszközök.²¹ Mindkét metafora azt az üzenetet közvetíti, hogy a tárgy gázsó társadalmi karrierjéhez kapcsolódó személyeket a romák nem tekintik értékforrásnak, a gázsó készítőik és tulajdonosok sohasem lehetnek „apák és anyák” – ezt a szerepet kizárólag Gáborok tölthetik be. Részben ezekkel a presztízstárgy-diskurzusban gyakran előforduló metaforákkal magyarázható, hogy a korábbi roma tulajdonosokra a genealógia kifejezéssel utalok.

A nagyfalusi romák és általában a Gáborok éppolyan aprólékos gondossággal tartják számon és vitatják meg időről időre a legfontosabb presztízstárgyak genealógiáit a csa-

ládi és a nyilvános társadalmi összejöveteleken, mint ahogyan saját ágazati történelmük iránt is kifejezett érdeklődést tanúsítanak.²² Rupi alábbi mondatai kiváló példával szolgálnak erre vonatkozóan:

„Hát a gázsó ehhez [a presztízstárgyakhoz] nem ért. A mi cigány isztorijánál gázsó nem ért. Mondom a valóságot, nem ért, ő nem tudja, hogy mi az... S mi tudjuk, honnant eredett, s hány éve, hogy tartózkodik a cigányok közt. Ezek nem hogy csak ez, hogy lássuk... hanem az isztorija, hogy cigányok közt van ennyi évek óta. Vaš e romani istorije ande kode kásavi kuč. Vaš e romani istorije. [A cigány történelem miatt olyan értékes. A cigány történelem miatt.] És honnét vót, s honnan eredett, s hogy van, s mi van. [...] Maga, ha most így lenne, például most megveszi egy cigántul. Azt mondja, jön egy másik [rom]: Mutasd meg azt a poharat, amit vásároltál!« Megmutassa. És lehet, hogy nem tudja az a cigán: »Hát honnant eredett?« »Ez vót a Z-é, és Z vásárolta ettül az embertül, s az az ember vásárolta volt ettül az embertül«. Visszafelé öt-hat kéz! Visszafelé öt-hat kéz! Mint maga, ha azt mondaná: »Ez édesapámé vót, s nagyapám vásárolta vót, s adta vót édesapámnak, és nagyapám vásárolta vót attól a cigántul, az a cigán a másik cigántul.« Ennek így van a isztoriája, mint mikor le van írva. Tudja? Papírra. Ezér ilyen drágák. [...] Ezeket pontosan így számolják vissza, hogy kié vót, s honnant eredett.”

A tárgyi patina mint értékforrás

A pohár korábbi roma tulajdonosainak hírneve, társadalmi státusa azonban csak az egyik olyan meghatározó szempont, amelyet a Gáborok a tárgy mindenkori értékének felbecsülése során figyelembe vesznek. A másik fontos értékforrás a tárgyi tulajdonságok minősége. Amint arra már utaltam, a romák a tárgyi tulajdonságok minősítésére egy saját szempontrendszert hoztak létre, amely a poharak és kannák formájával, életkorával, anyagával, díszítményeivel stb. kapcsolatos értékpreferenciákat tartalmazza. E tárgyi aspektusok egyik nagyra becsült vonása a történelemben ágyazottság, az *antiko* ('antik') jelleg, ahogyan azt a presztízstárgyak korával és anyagával (antik ezüst) kapcsolatban korábban már láttuk. Ugyanide sorolható az aranyozás kérdése is, amely a romák számára ugyancsak korjelölő funkcióval rendelkezik. Az életkor megbecsülése során ugyanis a Gáborok az ezüst típusa mellett éppen azt veszik figyelembe, hogy a tárgy tűzi- vagy galvánaranyozással készült-e. (Ez utóbbi eljárás az 1800-as évek közepén vált általánosan elterjedtté.) Szintén a „régiség” indexikus reprezentációjának tekintik a pohárfelületen kialakuló patinát vagy a pohártörzs kifényesedését, ami véleményük szerint a hosszú múltra visszatekintő használat következménye. Ugyanerre következtetnek a pohártesten látható kisebb sérülésekből, karcolásokból, horpadásokból, amelyek teljes hiánya szerintük egyértelmű bizonyítéka annak, hogy a közelmúltban készített tárggyal van dolguk.

A legértékesebb poharak számukra kétségtelenül azok, amelyek kiváló tárgyi tulajdonságokkal rendelkeznek, korábbi tulajdonosaik pedig fontos, elismert *romok* voltak. A legtöbb pohár azonban nem sorolható a tárgyak e szűk elitjébe, vagyis a tulajdonosok és a potenciális vásárlók többsége be kell hogy érje azon tárgyak egyikével, amelyek többé-kevésbé eltérnek az említett ideáltípustól. A Gáborok presztízstárgy-gazdasága vég-

eredményben patina jellegű, azaz a meghatározó értékforrások között kitüntetett szerep jut a történelembe ágyazottságnak mind a pohár szimbolikus, mind pedig tárgyi tulajdonságai esetében.

Az ideális presztízstárgy-állapot: az elidegeníthetetlen ágazati identitásszimbólum-létmód

Ahhoz, hogy röviden bemutathassam azt a tárgylétmódot, amelyet a Gáborok az ezüst-poharak és -kannák esetében ideálisnak tekintenek, először ki kell térnünk a presztízstárgyakhoz való viszonyuk néhány jellemző vonására.

Mindenekelőtt induljunk ki abból, hogy a romák sohasem boldogok és elégedettek akkor, ha meg kell válniuk presztízstárgyaiktól. Ezenfelül nem adják el azokat pillanatnyi szeszélyeiknek engedelmességgel, és nem válnak meg tőlük csak azért, mert úgy gondolják, hogy a korábban kifizetett vételárnál most jóval többet kaphatnak a tárgyért, vagyis pénzt kereshetnek a tranzakción. Szögezzük le ismét: a Gáborok nem azért vásárolnak presztízstárgyat, hogy azt a vételárnál drágábban, mielőbb eladva pénz formáját öltő profitra tegyenek szert.²³ A tárgyeladás még csak eszükbe sem jut akkor, ha anyagi helyzetük rendezett, vagy csak átmenetileg mutat romló tendenciát. A poharaktól rendszerint azokban a gazdasági krízishelyzetekben válnak meg, amikor a tulajdonos anyagi helyzete – például eladósodása miatt – már olyan kilátástalanná válik, hogy a presztízstárgy pénzzé tételén kívül nem kínálkozik más mód a problémák megoldására.

Még ezekben az esetekben is általánosan elterjedt gyakorlat azonban a tárgyeladás elodázására szolgáló „halogató stratégiák” alkalmazása. Ezek közül a leggyakoribb a tárgy zálogba adása, vagyis a kölcsönfelvétel, amikor a tulajdonos abban bíz, hogy a gazdasági szerencse idővel újra pártfogásába veszi, és hamarosan olyan jelentős bevételekhez jut, amelyekből vissza tudja fizetni a kölcsönt és a kamatokat, és kiválthatja presztízstárgyát. Az, hogy a tulajdonos milyen messzire megy el a kockázatvállalásban (meddig vár a tárgy eladásával stb.), alapvetően személy- és helyzetfüggő.

Amíg egy fontos presztízstárgyért kifizetett jelentős vételár büszkeségre ad okot a vevő számára, és az őt támogató rokonok a *forót* követő időszakban előszeretettel hozzák szóba ezt az összeget a nyilvános társadalmi összejöveteleken azért, hogy a vevő hírnevét öregbítsék, addig az eladó és pártfogói másként viszonyulnak ugyanehhez a vételárhoz. Ha ugyanis a presztízstárgyért kapott összeget más *romok* az eladó nevéhez kapcsolva említik meg a nyilvánosság előtt, azt az egykori tulajdonos nagy valószínűséggel inzultusként értelmezi, olyan presztízsromboló provokációként, amely direkt módon ráirányítja a jelenlévők figyelmét arra a társadalmi státusát negatívan érintő tényre, hogy nemrég a szóban forgó tárgy eladására kényszerült. Ha az eladó a tranzakcióval együtt járó presztízsveszteség ellenére mégiscsak szóba hozza azt a presztízstárgyat, amelytől nemrég meg kellett válnia, az általában azzal magyarázható, hogy azt a Gáborok olyan értékesnek tartják, hogy a tárgy múltbeli, időleges birtoklása is presztízshozamot jelent számára. Ám ebben az esetben is valószínű, hogy az eladó a tárgy jelentőségét nem az érte kapott vételár összegére hivatkozva juttatja kifejezésre, hanem azt az

időtartamot nevezi meg, ameddig ő maga képes volt azt sajátjaként megőrizni, vagy arra a vételárra hivatkozik, amelyet előzőleg ő fizetett ki érte.

A pohárra költött és az érte kapott összeg társadalmi megítélése közötti feltűnő különbség a romák által használt terminológiában is megjelenik. Amíg ugyanis a presztízstárgyakra költött pénzre gyakran „vesteko love”-ként, vagyis ’híres pénz’-ként utalnak, olyan összegként, amely a tranzakció révén hírnévre tesz szert, és egyben hírnévhez juttatja az új tulajdonost is,²⁴ addig a presztízstárgy áruba bocsátása révén kapott pénz esetében a romáknak eszükbe sem jut hasonló pozitív jelzőket használni. Az így szerzett jövedelem ambivalens társadalmi megítélését egyértelműen mutatja, hogy a Gáborok a poharakért kapott pénzt gyakran „muto love”-nak, ’néma pénz’-nek nevezik, olyan bevételnek tekintik tehát, amely nem eredményez társadalmi elismerést vagy hírnévgyarapodást.

A pohárért kapott összeg nem minősül a gazdasági sikeresség és prosperitás jelének, nem definiálják azt tiszteletre méltó jövedelemként, és nem utalnak rá úgy, mint mások által irigyelt profitra. A presztízstárgy-eladásról egyetlen általam ismert roma sem beszélt olyan tranzakcióként, mint ami az eladó vonatkozásában pozitív mérleggel zárult, összességében nyereséges lett volna, és ezzel összhangban a presztízstárgyuktól megváló személyek még véletlenül sem utaltak önmagukra úgy, mint sikeres üzletemberekre. Még akkor sem tettek így, ha teljesen egyértelmű volt, hogy a kapott vételár jelentős mértékben meghaladja azt az összeget, amelyért az eladó a tárgyhöz valamikor hozzájutott. Még akkor sem, ha az eladónak egyetlen lejt sem kellett kiadnia azért, hogy presztízstárgy-tulajdonossá váljon, mivel azt apjától örökölte. A pohárért kapott pénzhez csupán akkor nem társul negatív konnotáció, ha a tulajdonos azért dönt az eladás mellett, mert egy másik, értékesebb presztízstárgy megvásárlását fontolgatja, de a vételár előteremtéséhez a szóban forgó összegre is szüksége van. Ez az egyetlen olyan tranzakció típus, amikor az eladónak nem kell presztízsveszteséggel számolnia.

Hiába haladja meg tehát a pohár eladásából származó összeg a korábbi vételárat, hiába keletkezik olyan pénz formáját öltő többlet, amely a „gazdasági érdek leszűkített” (Bourdieu 1978:386), ökonomista meghatározása értelmében tiszteletet parancsoló haszonnak minősülhetne, úgy tűnik, a presztízstárgyért kapott összeget a romák között jobbra hallgatás övezi, és a presztízsnövekedés vagy a társadalmi elismerés fogalmai egyáltalán nem vagy csak indirekt formában kapcsolódnak hozzá.

Mivel magyarázható a presztízstárgy-tranzakciók során gazdát cserélő pénz társadalmi szimbolikájának ez a vonása, vagyis az, hogy ugyanaz az összeg a vevő nézőpontjából *vesteko* (’híres’), az eladó nézőpontjából szemlélve pedig *muto* (’néma’) pénznek minősül? A poharak eladásából származó pénz mint bevétel megítélése miért negatív vagy legalábbis ambivalens, ha mindeközben azok a pénz formáját öltő bevételek, amelyekre a romák a közvetítő kereskedelem révén tesznek szert, a büszkeség és az elismerés tárgyai? E jelenség megértéséhez a nem szimbolikus és „szimbolikus hasznok teljes egyenlegét” (Bourdieu 1978:393), tehát a különböző haszonformákat együtt érdemes számításba vennünk.

Ha részt veszünk a romák közötti presztízstárgy-diskurzusokban, hamar nyilvánvalóvá válik, hogy a tárgyeladás során gazdát cserélő pénzösszeg egészen más asszociációkat hív elő az eladó, mint a vevő gazdasági helyzetével és társadalmi státusának kilátá-

saival kapcsolatban. A vevő azáltal, hogy presztízstárgyat vásárol, „köszemlére teszi” a rendelkezésére álló felesleget, az ő megítéléséhez éppen ezért rendszerint olyan pozitív asszociációk társulnak, mint a gazdasági prosperitás, a jólét vagy a tartalékképzés képessége, és a társadalmi státusemelkedés lehetősége.²⁵ A presztízstárgy-eladás ezzel szemben a súlyos pénzügyi nehézségek nyilvánvaló bizonyítéka, vagyis olyan nemkívánatos esemény, amely a gazdasági krízishelyzet, a forrás- és a tartalékhány direkt indexe, és ezért több-kevesebb presztízsveszteséggel jár az eladó számára. A presztízsveszteség általában annál nagyobb, minél értékesebb a tárgy, illetve minél intenzívebb a tulajdonos azzal kapcsolatos várakozása és politikai ambíciója, hogy a presztízstárgy-gazdaságban eredményesen szerepeljen.

Ha a haszonformák „teljes egyenlegét” figyelembe vesszük, akkor nyilvánvalóvá válik, hogy a presztízstárgy-tranzakcióban részt vevő felek nem olyan csere résztvevői, ahol a vevő és az eladó egyformán jól járnak, vagyis azonos mértékű és minőségű haszonra tesznek szert. A romák még akkor sem állítanak ilyesmit, ha a résztvevők egyöntetűen úgy ítélik meg, hogy a vevő „tisztességes árat” fizetett, vagyis a tárgy felbecsült értékének megfelelő összeget adott érte. A tárgy akkor és ott megállapított, pénzben kifejezett értéke és a leszámolt vételár megegyezhet ugyan, de a vevőt és az eladót érintő presztízskövetkezmények közé a romák még véletlenül sem tennének egyenlőségjellet! Az eladó ugyanis a tárgy áruba bocsátásával nem pusztán romló gazdasági helyzetét ismeri el nyilvánosan, és nem csupán a vagyonreprezentáció legkézenfekvőbb eszközét veszíti el. A tárgyeladás társadalmi megbecsülését, hírnevét is hátrányosan érinti, és ha a tárgy generációkon keresztül saját ágazati szegmense tulajdonában volt, egyúttal egy ágazati identitászimbólumról is le kell mondania.²⁶ Azt, hogy a pohárvásárláshoz, illetve -eladáshoz eltérő presztízsvonzat társul, pontosan mutatja az a nyelvi gyakorlat, hogy amíg a fontosabb tárgyak megvásárlása a Gáborok szerint „baro anav”-ot (‘nagy nevet’) hoz a vevő számára, addig az eladóról sokkal inkább úgy beszélnek, mint akinek „tele perel lehko anav” (‘leesik a neve’), és riválisai részéről inzultusok sorának teszi ki magát. Az eladó, ha egyetlen presztízstárgyától kényszerül megválni, voltaképpen kizárja magát a presztízstárgy-gazdaságból, vagyis arról a szimbolikus küzdőtérrel, amelynek történései a Gáborok között jelentős hatást gyakorolnak a személyek és ágazatok közötti státusversengés mindenkori eredményére.

A presztízstárgy-gazdaságba fektetett, illetve az onnan kivont pénzügyi eltérő társadalmi megítélése, valamint az, hogy a tárgyakat csak szükséghelyzetben adják el, a legkézenfekvőbb bizonyíték arra vonatkozóan, hogy a Gáborok e tárgyak ideális létmódjának nem az árucikk státust tekintik,²⁷ amelynek középpontjában az elidegeníthetőség fogalma áll. Sőt, éppen ellenkezőleg: a céljuk az, hogy a poharakat és a kannákat – a tiszteletre méltó gazdasági és társadalmi státus indexeiként – minél hosszabb ideig távol tartsák az árucikk létmódtól, kivonják az árucikkek körforgásából. Ezzel magyarázható, hogy a romák miért nem tekintenek a presztízstárgy-eladásra a hétköznapi értelemben vett „üzletként”, a pénzben testet öltő profit maximalizálásának, a *nyerekedésnek* az egyik módjaként, és a pohárért kapott összeg társadalmi megítélése miatt ambivalens. Azok a romák ugyanis, akik a presztízsgazdaságban való aktív részvétel mellett döntenek, a presztízst, a „nagy nevet” tekintik a tárgyak birtoklásától remélt, ideális haszonformának, és nem azt a pénzben kifejezhető árkülönbséget, amely akkor jön létre, ha a tárgy drágábban kel el, mint amennyiért az eladó korábban megvásárolta. Ez

persze egyáltalán nem jelenti azt, hogy ha a tulajdonos végül a pohár eladására kényszerül, ne tenne meg mindent annak érdekében, hogy a lehető legkedvezőbb vételárat alkudja ki.

A presztízstárgy-létmód roma definíciójától tehát elválaszthatatlan az elidegeníthetlenség fogalma (vö. Weiner 1986:1992). Amikor a romák presztízstárgyat vesznek vagy örökölnek, azt a célt tűzik ki maguk elé, hogy elidegeníthetetlen presztízstárggyá tegyék azt, vagyis mindaddig megőrizték saját tulajdonukban, ameddig csak gazdasági helyzetük ezt lehetővé teszi.²⁸ Az elidegeníthetlenség olyan eszményi cél vagy ideáltipikus állapot (Weiner 1992:133, 147), amelynek huzamos fenntartása a tulajdonosok becsvágyának végső tárgya, ugyanakkor a romák pontosan tudják, hogy ez az állapot csupán ideiglenesen maradhat fenn. Tisztában vannak azzal, hogy gazdasági helyzetük jövőbeli alakulása a gázsó többségi társadalom gyűrűjében nehezen jósolható meg előre, ahogyan azzal is számolnak, hogy a fontosabb tárgyakért gyakran kiélezett verseny alakul ki közöttük, ami ugyancsak megnehezítheti a tulajdonos számára az elidegeníthetlenség hosszú távú fenntartását. Másként fogalmazva: bár azt remélik, hogy presztízstárgyuktól sohasem kell majd megválniuk, a romák tudják, hogy a legértékesebb tárgyak esetében erre még egyszer sem akadt példa, ez a törekvés tehát csupán ábránd, amely előbb-utóbb valószínűleg szertefoszlik. Éppen ezzel a tapasztalattal magyarázható, hogy a leginkább keresett, az eladás kikényszerítésére irányuló politikai manőverek állandó tárgyát képező poharak esetében nemcsak azt tekintik jelentős sikernek, ha valaki hosszú ideig a magáénak tudhatja azok egyikét, hanem gyakran a rövid ideig tartó birtoklásra is olyan tiszteletre méltó tettként utalnak, amely jelentős presztízsz és elismerés forrása. A legfontosabb tárgyak birtoklása gyakran még akkor is „istorije ašel” (‘történelem marad’) a romák között, ha csak rövid ideig, például néhány évig tart. Pontosán mutatja ezt az egyik leghíresebb nagyfalusi presztízstárgy roma életrajzával kapcsolatos alábbi kommentárrészlet:

„...a magyarok vagy azt teszik, hogy vesznek egy jó házat, egy ultramodern lakást csinálnak, vesznek egy legújabb modell autót. Nálunk is vannak házak, vannak autók, de azér a poharak a gazdagság. Érted? Nálunk a poharak. Ha egy jó poharad van, akkor már másképp beszélsz, még egy száz év múlva vagy kétszáz év múlva is, ha vót nálad az a pohár! Például az a pohár az X-ből, ez a világmárkás pohár. Képzelheted el, hogy az a falu egy olyan szerencsétlen falu, hogy autóval nem tudsz bójárni. Szekered és jó két lovad legyen, és akkor bé tudsz menni, egy olyan pusztafalu. És képzelheted el, hogy olyan jó az a pohár, hogy azt a nevet viseli, a falu nevit, pedig a falu egy szerencsétlen. És az az egy pohár úgy felhozta annak a falunak a nevit, hogy mikor már beszélnek valamit, »Az X-ből származó pohár«, ha beszélnek róla, már az a falu is mintha repülne! Érted? Még a cigányok, amik laktak ott, olyan... nem szereti az Isten, még az emberek se, hogy nézzük le egymást, de olyan cigányok laktak ott, hogy még most is egy kicsi olyan harmadik részből valók, még másodrészből sincsenek. És a pohár úgy felhozta az egyiket, hogy még most is azt mondják, képzelheted, az unokáinak az unokája, azt mondja, hogy »Az a pohár az én nagyapámé vót!«”

Az elidegeníthetlenség mint ideális tárgyállapot nem azonos a passzivitással, az inaktivitással, legalábbis azoknak az értékesebb poharaknak az esetében nem, amelyek folyamatosan a társadalmi érdeklődés középpontjában állnak, és amelyek sorsát több, „ugrásra kész” potenciális vevő is figyelemmel kíséri. (Tekintsünk most el azoktól a ki-

sebb értékű poharaktól, amelyekért szinte semmiféle verseny nem alakul ki a Gáborok között, és amelyek eladása éppen ezért csupán kisebb anyagi segítséget jelenthetne valamely gazdasági krízishelyzet megoldásában.) E tárgyak tartós elidegeníthetlensége sokkal inkább csekély értékükre utal, semmint a tulajdonosok töretlen gazdasági prosperitására. Zavartalan birtoklásuk, az árucikk-létmódtól való tartós távol tartásuk egyszerűbb és költségkímélőbb feladat, mint a legfontosabb presztízstárgyaké). Ahogyan arra Weiner (1992) is figyelmeztet csereelmélet-kritikájának kulcseleme, a „megőrizve adni” (*keeping-while-giving*) stratégia bemutatása során, az elidegeníthetlenséget nem valamiféle statikus állapotként kell értelmeznünk, hanem sokkal inkább annak a dinamikus kontextusnak a vizsgálatára kell helyoznunk a hangsúlyt, amely e „mozdulatlan” tárgyakat körülveszi.²⁹ A presztízstárgy-létmód és az elidegeníthetlenség lényegét sokkal inkább azokban az egyes tárgyak köré szerveződő stratégiákban és technikákban célszerű megragadnunk, amelyek megszerzésükre vagy megtartásukra: az eladás kikényszerítésére vagy annak elodázására, a tárgyak hírnevének „emelésére” vagy rombolására irányulnak (vö. Myers 2001:9). Ez a perspektíva lehetővé teszi annak felismerését, hogy az elidegeníthetlenség fenntartása a fontosabb tárgyak esetében állandó odafigyelést és munkát igénylő, folyamatos kockázatvállalással járó, a potenciális vevők részéről érkező kihívások sorozata által megnehezített foglalatosság. Éppen ezért, amint arra már utaltam, nemcsak a tárgyvásárlás vagy a tartós birtoklás minősül a gazdasági erődemonstráció eszközének és presztízsforrásnak, hanem gyakran az elidegeníthetlenség ideiglenes fenntartása is (vö. Myers 2001:15). Ez utóbbiak arról árulkodnak, hogy a tulajdonosnak – legalábbis egy ideig – sikerült elkerülnie azokat a gazdasági krízishelyzeteket, amelyek arra kényszeríthették volna, hogy megváljon presztízstárgyától.

Ha tehát egy *řom* képes arra, hogy egy másik *řomtól* megvásároljon egy értékes poharat, az gazdasági prosperitásának nyilvánvaló bizonyítéka, a vagyonreprezentáció hatékony eszköze, amely egyúttal pozitívan befolyásolhatja társadalmi megítélését és státusát is. A tárgynak az árucikk-létmódtól való huzamos távol tartása azonban gyakran olyan sikeresnek bizonyul, hogy nemcsak a vásárló tudja saját tulajdonaként megőrizni azt, hanem idővel – apai örökségként – tovább is adja valamelyik fiának. Erre a gyakorlatra utal a már említett „hadjomanjošo vadjono” („hagyományos vagyon”) fogalom egyik értelmezése, miszerint a presztízstárgyak sorsa ideális esetben az, hogy apáról fiúra hagyományozódjanak, vagyis ameddig csak lehetséges, „ne menjenek ki a családból”³⁰ (A legtehetősebb és legbecsvágyóbb *řomok* egyenesen azt tűzik ki célul, hogy minden egyes fiúgyermeküknek örököül hagyjanak egy-egy ezüst presztízstárgyat.³¹) A generációról generációra továbbadott tárgy valójában olyan érintkezésen alapuló metonimikus-indexikus kapcsolatot hoz létre az egyazon ágazati szegmenshez tartozó egykori és mai tulajdonosok között, amely a tárgyat új szimbolikus jelentéssel látja el: *ágazati identitásszimbólummá, az ágazati történelem indexikus reprezentációjává*, vagy – Miller (1987) terminusával élve – *objektifikációjává* teszi. Ez az új jelentés szorosabbra fonja a tulajdonosok és a tárgy közötti kapcsolatot, megnöveli annak értékét a kérdéses ágazati szegmens tagjainak szemében, és nagyobb áldozatvállalásra sarkallja az aktuális tulajdonost akkor, ha megőrzése érdekében erőfeszítéseket kell tennie. Ezt a minőséget nevezhetjük Bourdieu (1978:397) nyomán a „családi vagyonba történő integrálódásból” fakadó értéknek.

Ha össze akarjuk foglalni annak a presztízstárgy-életrajznak a fontosabb állomásait, amelyre a romák ideáltípusként tekintenek, az alábbiakat mondhatjuk: 1. a presztízstárgy-jelöltség tárgyi feltételeinek megfelelő, „béváló” gázsó műtárgyból idővel Gábor-presztízstárgy lesz, 2. a presztízstárgy-létmód kedvező gazdasági környezetben az *elidegeníthetlenség tartós fennmaradásával* párosul, és 3. ha az elidegeníthetlenség generációkon keresztül fenntartható, akkor a tárgy *ágazati identitásszimbólummá* válik. A poharat vagy kannát vásárló romok távlati célja tehát az, hogy e tárgyakat idővel saját ágazatuk elidegeníthetetlen identitásszimbólumaivá tegyék, függetlenül attól, hogy azok közvetlenül a gázsóktól vagy már teljes értékű presztízstárgyként valamelyik másik Gábor romtól kerülnek hozzájuk.

A presztízstárgyak legfontosabb funkciói: *lemezo* és *rezerva*

Arra a kérdésre, hogy a presztízstárgy-birtokláshoz kapcsolódó metapragmatikai kommentárok szerint mire használják a Gáborok a presztízstárgyakat, a terjedelmi korlátok miatt itt csak felületes, elnagyolt válasz adható. A romák rendszerint a poharak és kannák két meghatározó társadalmi-gazdasági funkcióját különítik el: a *lemezo*, illetve a *rezerva* vagy *tartaliko* funkciót. A presztízstárgyak hasznosításának mindkét módozata megjelenik például az alábbi kommentárban:

„But roma inkärnah le lemezohkä, kä kodo sah lengä o lemezo, the kodo sah lengä o dičšego, lengä taxa. The but roma inkärnah le vaš o mištimo.” Vagyis: „Sok roma tartotta azokat [a poharakat] lemez gyanánt, mert az volt nekik a lemez, és az volt nekik a dicsőség, a poharaik. És sok roma tartotta azokat az örökség miatt.”

Vizsgáljuk meg röviden ezt a két funkciót!

A *lemezo* funkció lényegét korábban már érintettem, amikor felhívtam a figyelmet a presztízstárgyak retorikai-szemiotikai jelentőségére, ágazati identitásszimbólum-jellegükre, valamint arra, hogy azok a vagyonreprezentáció hatékony eszközei. Maga a *lemezo* kifejezés a magyar *lemez* főnévből származik, a presztízstárgyakkal kapcsolatban azonban nem hétköznapi, materiális jelentésében használatos, hanem egy testrészt: az arc metaforikus megnevezésére szolgál. A *lemezo* e jelentése a *patjiv* (nagyon leegyszerűsítve: 'tisztesség', 'megbecsülés') és a *lazavo* ('szégyen') fogalmak használatával áll szorosabb kapcsolatban.³² Amikor a romák a poharakat a *lemező*val, tehát saját arcukkal azonosítják, vagyis azt állítják, hogy azért vásárolják meg azokat, hogy „lemezként” szolgáljanak, valójában arra utalnak, hogy ezek a tranzakciók és tárgyak hírnévhitelük gyarapítására szolgáló eszközök, amelyeknek köszönhetően „nagy névre” tehetnek szert. Azaz: presztízstárgyak. (Szemben például azokkal az amorálisnak minősülő cselekedetekkel, amelyek révén egy rom „bemocskolhatja a lemezét”, vagyis kockára teheti társadalmi megbecsülését.)

Az azonban, hogy valamely tárgy az elidegeníthetlenség fogalmával jellemezhető presztízstárgy-létmódban van, nem jelenti egyben azt is, hogy a roma tulajdonos figyelmen kívül hagyná azt a tényt, hogy a poharak milyen jelentős összegekért cserélnek gazdát közöttük, vagyis megfeledkezne a tárgy potenciális árucikk-identitásáról. A pohárért kifizetett vételár nem vész el, nem semmisül meg, vagyis a tulajdonosnak

nem kell végleg lemondania róla,³³ hanem szükség esetén kivonható a presztízsgazdaságból, a tárgy eladása révén. Éppen ezért a poharak és a kannák nemcsak lemezóként használatosak a Gáborok között, hanem gazdasági szükséghelyzet esetén *tartalíkoként* vagy *rezervaként*, azaz pénzzé tehető vagyontárgyakként is szolgálnak. A *rezerva* funkció értelemszerűen nemcsak az áruba bocsátás során jut megkülönböztetett szerephez, hanem az öröklés esetében is hangsúlyossá válik, hiszen az örökös a tárggyal nemcsak ágazati identitásszimbólumra, presztízsforrásra, hanem egy értékes vagyontárgyra is szert tesz.

Összefoglalás: az érték etnicizálása – az etnicitás értéke. A presztízstárgy-gazdaság mint etnikai identitásgyakorlat

Láttuk, hogy a Gáborok pénzük egy részét ezüstpoharakba és -kannákba fektetik, olyan tárgyakba, amelyek a pénzre válthatóság tekintetében különböznek például az olyan javaktól, mint az arany vagy a márkás nyugati személyautók. E különbség lényege a potenciális vevőkör nagyságában és összetételében rejlik. Amíg ugyanis az utóbbiak esetében a vásárlók etnikai hovatartozása csak ritkán válik a fogyasztói viselkedést meghatározó szemponttá, addig egy Gábor tulajdonban lévő, teljes értékű presztízstárgy eladása, értékének „mozgósítása” során a potenciális vásárlók etnikai identitása a legfontosabb kérdések egyike.

Egy Gábor presztízstárgyért ugyanis csak egyetlen gázsó sem ajánl fel és fizet ki olyan jelentős összeget, amelyeneket a korábban említett vásárok esetében is láttunk (lásd *A presztízstárgy-gazdaság mint a tárgyi javak fogyasztásának elitregisztere*). Egy Gábor pohártulajdonos számára, ha a tárgy eladására kényszerül, az ideális vevőkör rendszerint saját etnikai al csoportjára korlátozódik,³⁴ ami a felesleg poharakra költését pénzügyi értelemben nyilvánvalóan kockázatosá teszi. Ha a „gazdasági érdek leszűkített” (Bourdieu 1978:386), ökonomista meghatározása alapján értelmeznénk a pohárvásárlást, vagyis a pénzben kifejezett profit maximalizálását tekintenénk e tranzakció elsődleges céljának, akkor azt akár „ésszerűtlen gazdasági döntésnek” is minősíthetnénk, éppen úgy, ahogyan a nagyfalusi gázsóknak többsége is teszi. Folytatva ezt a gondolatmenetet: a pohárvásárlás még ellentmondásosabb jelenségnek tűnhetne, ha figyelembe vesszük, hogy a Gáborok többsége a gázsóknak világában is jártas, sikeres üzletember, akik pontosan tudják, hogy könnyen elkerülhetnék a pohárvásárlással járó pénzügyi kockázatot, ha a poharak helyett inkább olyan javakat részesítenének előnyben, amelyeket a többségi gázsó társadalom tagjai is ugyanazért és ugyanúgy becsülnék, mint ők maguk. Vagyis ha olyan javakra költenének, amelyek szükség esetén *jelentősebb értékvesztés nélkül* a gázsóknak is továbbadhatók.

A romák azonban e kockázat felismerése ellenére is ragaszkodnak presztízstárgyaikhoz. Terepmunkám során egyetlen, politikai ambícióval rendelkező *rom* sem érvelt úgy, hogy szívesen elcserélné poharát a gázsóknak által is keresett, közöttük is gyorsan pénzzé tehető javak valamelyikére, pusztán azért, hogy szélesebb vevőkörre számíthasson, ha később esetleg meg kell válnia attól. Ha a Gáborok tisztában vannak az említett pénz-

ügyi kockázattal, miért költenek mégis ilyen jelentős összegeket poharakra? Értelmezésem szerint e tárgyak kulturális definíciója miatt, vagyis azért, mert számukra azok megkülönböztetett jelentőségű etnicizált presztízsjavak. Foglaljuk össze, mivel támasztható alá az az állítás, hogy a pohár és a kanna, valamint a hozzájuk társított érték valóban etnicizált, vagyis elválaszthatatlanul összefonódik a Gáborok etnikai identitásával!

A presztízstárgy-fogalom alapját alkotó értékegyezmények érvényességének hatóköre

Láttuk, hogy azoknak a poharaknak és kannáknak, amelyek megfelelnek a presztízstárgy-jelöltség feltételeinek, a Gáborok megkülönböztetett helyet biztosítanak a tárgyi javak univerzumán belül: azok a fogyasztás elitregiszterét jelentik számukra, és presztízstárgyaknak minősülnek. Láttuk továbbá, hogy e tárgystátus elérését bármely esetben négy elengedhetetlen előfeltétel egyidejű teljesüléséhez kötik. A presztízstárgy-jelöltség tárgyi aspektusaival (kor, anyag, forma) kapcsolatos értékkritériumok egy önálló presztízstárgy esztétikát³⁵ (vö. Brenneis 1987) alkotnak, a romák ezt veszik alapul akkor, amikor a gázsóktól vásárolt pohár vagy kanna tárgyi tulajdonságait újraosztályozzák, és új értékeket társítanak azokhoz. A presztízstárgy-jelöltség egyetlen nem tárgyi előfeltétele az, hogy a gázsóktól érkező tárgy idővel Gábor *romokból* álló, saját genealógiára tegyen szert, vagyis legalább két-három *rom* „kezén is átmenjen”.

Ugyanezeket az ezüstitárgyakat azonban, amint arra már utaltam, a mikrorégió többségét alkotó magyarok és románok már korántsem övezik a Gáborok között megfigyelhető érdeklődéssel és társadalmi megbecsüléssel (eltekintve az e tárgyakra specializálódott gázsó műgyűjtők elenyészően kis csoportjától). A gázsók számára ezek egyáltalán nem tartoznak a tárgyi javakkal kapcsolatos fogyasztás elitregiszterébe. Pontosan mutatja ezt azoknak az idős nagyfalusi gázsiknak (azaz nem roma nőknek) a véleménye, akik terepmunkám során többször is kifejtették, hogy a Gábor-poharak valójában értéktelen, hasznavehetetlen relikviák, amelyek „még virágvázának se jók”. A presztízstárgyak értékének megállapítására szolgáló értékegyezmények esetében hasonló a helyzet: a gázsó régiségkereskedők és műgyűjtők többnyire egészen más kritériumok alapján határozzák meg a poharak értékét, mint a Gáborok.

A tanulmányban vizsgált presztízstárgy-jelöltség fogalma tehát olyan értékegyezményeket tartalmaz, amelyek érvényességének hatóköre lényegében egybeesik a Gábor etnikai alcsoport határával. Ezek az értékegyezmények a gázsók számára szinte teljesen ismeretlenek, ahogyan a korábbi roma tárgytulajdonosok vagy a fontosabb presztízstárgyak neve sem mond semmit számukra. (Eltekintve néhány idősebb, régóta a romák szomszédságában lakó gázsótól.) A poharak, valamint a nekik tulajdonított érték etnicizált volta részben a fent említett egybeesésből fakad: abból, hogy a Gáborok olyan presztízstárgy-definíciót hoztak létre és alkalmaznak e tárgyak értékbecslése során, amelyet kizárólag ők maguk tekintenek elfogadottnak és mértékadónak.

Ugyanakkor a vizsgált presztízstárgy-gazdaság etnicizáltsága nemcsak azzal magyarázható, hogy az említett értékegyezmények kifejezetten a Gábor etnikai alcsoportra jellemzőek, hanem azzal is, hogy a teljes értékű presztízstárgyak esetében a *rom* vevő

részben a saját etnikai identitásától elválaszthatatlan szimbolikus javakat vásárol: a korábbi roma tulajdonosok (hír)nevét, társadalmi elismertségét „fizeti meg”. A Gáborok között gazdát cserélő tárgy értékének felbecsülése során éppen ez a legfontosabb érték- és vágyképző szempontok egyike.

A presztízstárgy-gazdaság résztvevői struktúrája

Az értékegyezmények etnicizáltsága, valamint az, hogy a Gáborok részben a tárgy genealógiáját, vagyis saját etnikus történelmüket „értékelik a poharakban”, végeredményben oda vezet, hogy a presztízstárgy-gazdaság résztvevői struktúrája is etnicizálttá válik (legalábbis a teljes értékű poharak és kannák esetében).

A romák pontosan tudják, hogy a gázsók alapvetően más szempontok alapján definiálják a szóban forgó tárgyak jelentését és jelentőségét, és tisztában vannak az ebből fakadó legfontosabb következménnyel is, nevezetesen azzal, hogy egy gázsó sohasem fogja ugyanazért és ugyanannyira értékesnek tartani ezeket az ezüsstárgyakat, mint ahogyan azt ők maguk teszik. Másként fogalmazva: a Gáboroknak kétségük sincs afelől, hogy a teljes értékű poharakért általuk kifizetett jelentős vételárakat vagy egy azokhoz hasonló nagyságrendű összeget csak egy másik Gábor (esetleg a korábban említett másik etnikai alcsoportéhoz tartozó) *rom* fog felkínálni nekik. A gázsóknak, akik egy másik értékzsim alapján becsülik fel e tárgyak értékét, eszükbe sem jut ilyen nagy összegek felajánlása, mivel a gázsó műtárgypiacon e vételáraknak legfeljebb a töredékét kaphatnak vissza. A Gáborok poharai és kannái közül ezért csak azok kerülnek végül gázsókhoz, amelyek értéke a romák között olyan csekély, hogy az általuk felkínált vételárak csak alig valamivel maradnak el a romák által felkínáltaktól.

A Gáborok nézőpontjából szemlélve azonban nemcsak az ideális vevőkör etnicizált, hanem azon személyek köre is, akik rendelkeznek azzal a kulturális kompetenciával, amely szükséges a presztízstárgy-gazdaságban elért sikerek felismeréséhez, hitelesítéséhez és hírnévhitellel történő jutalmazásához. A romák nem számíthatnak ugyanis arra, hogy poharaikkal kivívatják a gázsók megbecsülését és elismerését, hiszen – amint arra már utaltam – a gázsók csak töredékes és felületes ismeretekkel rendelkeznek azokról. A Gábor tárgytulajdonos esetében tehát nemcsak az ideális vevők köre azonos saját etnikai alcsoportjának tagjaival, de a presztízstárgy-gazdaság hozzáértő közönségét is ugyan-ezek a személyek alkotják, hiszen ők azok, akik tiszteletre méltó politikai tettek, értéknek tekinteni a presztízstárgyak megszerzéséért és megőrzéséért tett erőfeszítéseket (vö. a 34. lábjegyzettel).

A vizsgált presztízstárgy-gazdaság esetében tehát nemcsak az értékegyezmények, az ideális vevőkör és a közönség szerveződik etnikai alapon, hanem végeredményben a vágyott haszonforma, a *hírnévhitel* is, mivel az nem származhat mástól, csak egy másik *rom*tól. A Gáborok presztízstárgy-gazdasága éppen ezért alapvetően etnicizált, viszonylag zárt résztvevői struktúrával jellemezhető olyan informális gazdaság, amelyben a gázsóknak csupán marginális szerep jut.

Térjünk vissza a korábbi kérdéshez! Miért nem szolgál kielégítő magyarázattal a pohárvásárlás esetében az ökonomizmus pénzközpontú szemléletmódja? Miért vállalják a romák a felesleg poharakba fektetésével járó pénzügyi kockázatot? Azért, mert számuk-

ra a poharak nem a *nyerelkedésre*, a pénzben testet öltő profit maximalizálására szolgáló árucikkek,³⁶ hanem elsősorban olyan etnicizált presztízstárgyak, amelyek amellet, hogy alkalmasak a vagyonosság demonstrálására, egyben nagyra értékelt ágazati és etnikai identitás-szimbólumok is, és mint ilyenek az egyéni és ágazati státuspolitika hatékony, keresett eszközei. A Gáborok azért hagyják figyelmen kívül az említett pénzügyi kockázatot, mert az a domináns haszonforma, amelyet e tárgyak birtoklásától remélnek, nem a pénz, hanem a presztízsz. A potenciális vevőkör korlátozott volta ellenére a pohárvásárlás ezért tűnik számukra nagyon is ésszerű és kifizetődő fogyasztói döntésnek.

A presztízstárgy-vásárlás esetünkben a fogyasztás egy társadalmilag jelölt, az etnikai identitáshoz szorosan kapcsolódó módja, vagyis tudatos értékválasztásról árulkodó kommunikatív aktus. Olyan tevékenység, amely a Gáborok között etnikai identitásgyakorlatnak minősül, vagyis az etnikai identitás-reprezentáció nagyra becsült eszköze. A presztízstárgyak etnikai identitás-szimbólum-jellegére maguk a Gáborok is gyakran utalnak, amikor saját etnikai alcsoportjukat – szemben más romákkal – „taxtajale roma”-ként, ’poharas romák’-ként nevezik meg. A poharak és a kannák végeredményben olyan többszintű, individuális, ágazati és etnikai identitás-szimbólumok, amelyek azt a célt szolgálják, „hogy segítségével társadalmi identitásokat hozzanak létre, illetve egyének és csoportok közötti kulturális különbségeket jelenítsenek meg” (Myers 2001:3).

Amikor egy *rom* a pénzét presztízstárgyra költi, roma módon fogyaszt, vagyis az etnikai értelemben lényegében jelöletlen pénzt³⁷ és az általa megjelenített értéket etnicizált Gábor-presztízstárgyra és -értékre cseréli. A poháreladás ezért nemcsak amiatt kedvezőtlen esemény számára, mert felfedi gazdasági nehézségeit, hanem azért is, mert együtt jár a *presztízstárgyformát öltő érték* szükségszerű *deetnicizálásával*: az áruba bocsátás során a tulajdonos a poharat etnikai értelemben jelöletlen, általános csereeszköz-funkciót betöltő („muto” [’néma’]) pénzre cseréli, amelyet többnyire adósságai visszafizetésére fordít. A pénzügyi hitelképesség részleges elvesztése mellett tehát egy más minőségű veszteséget is elszenved: a pohár eladásával ágazati és etnikai identitás-szimbólumai egyikéről is lemond, és – ha egyetlen presztízstárggyal rendelkezett – kizorul a státusversengés és -reprezentáció egy fontos színteréről: a Gábor presztízstárgy-gazdaságból.

A pohárvásárlással járó pénzügyi kockázat tulajdonképpeni forrása és az a motiváció, amely a romákat mégis e kockázat vállalására ösztönzi, lényegében egy és ugyanaz: az ezüstpoharak és -kannák presztízstárgy státusa és etnicizált volta. A Gáborok presztízstárgyak iránti gyűjtőszenvédelye csak akkor tűnik „irracionális” fogyasztói magatartásnak, ha azt kizárólag az ökonomizmus pénzközpontú logikája alapján próbáljuk meg értelmezni, és nem vesszük figyelembe az olyan szimbolikus haszonformák keresettségét, mint a hírnévhitel vagy az identitás-reprezentáció lehetősége, vagyis akkor, ha nem fordítunk kellő figyelmet azoknak a társadalmi viszonyoknak a megismerésére, amelyek a vizsgált jelenség tágabb kontextusát alkotják.³⁸ A Gábor presztízstárgy-gazdaság valójában az egyik legszemléletesebb példája annak, hogy miért és hogyan ágyazódnak be (Polányi 1997:60–61) a gazdasági folyamatok a társadalmi kapcsolatok és jelentések rendszerébe.

JEGYZETEK

1. Hálával és köszönettel tartozom mindazoknak a romáknak, akik megajándékoztak bizalmukkal és türelmükkel, valamint Szalai Andreának, az MTA Nyelvtudományi Intézete munkatársának, aki a terepmunka során mindvégig társam és kollégám volt. A terepmunkát az alábbi szervezetek támogatása tette lehetővé: Fotoplus Kft, Magyar Állami Eötvös-ösztöndíj, Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma, Open Society Institute (Budapest), OTKA (F 029504), Soros Alapítvány. Támogatásukat ezúton is köszönöm!
2. A *rom*, *romnji*, roma kifejezések a tanulmányban a Gábor etnikai alcsoportoz tartozó személyekre utalnak. *Romnji*, 'nő'; *rom*, 'férfi'. Mindkét terminus három fontosabb aspektust foglal magában: etnikai csoport tagság, társadalmi nem, családi állapot (a kérdéses személyek házasságok, vagy legalább egyszer már azok voltak).
3. A *taxtaj* a romaniban Matras (2002:28) szerint perzsa eredetű lexéma.
4. A tanulmányban – összhangban a romák szóhasználatával – a presztízstárgyak e két nagy osztályába sorolható tárgyakra magam is poharakként, illetve kannákként utalok. Az olvasás megkönnyítése érdekében gyakran nem „poharakról és kannákról”, hanem csak „poharakról” beszélek, de az állítások minden ilyen esetben a kannákra is vonatkoznak. Az ettől eltérő eseteket külön jelzem.
5. A Gáborok természetesen más olyan javakkal is rendelkeznek, amelyek megvásárlásához és birtoklásához ugyancsak kapcsolódhat a presztízsz fogalma, e javak gazdasági és társadalmi jelentősége azonban messze elmarad az ezüst presztízstárgyaktól. A jelen tanulmányban a presztízstárgy kifejezésen kizárólag az ezüstpoharakat és -kannákat értem.
6. Vö. Appadurai „értékverseny” (*tournament of value*) fogalmával (Appadurai 1986:21).
7. „Azoknak [a kannáknak] nincs olyan hírneve.” Itt jegyzem meg, hogy a *veste* kifejezés a Gáborok romani változatában a következőket jelenti: 'hír, információ', illetve 'hírnév'.
8. „A kanna kisebb [értékű], nincs meg neki az a neve [értsd: olyan hírneve, mint egy pohárnak].”
9. A *foro* ('vásár') kifejezés nemcsak a presztízstárgy-tranzakciók megnevezésére szolgál, hanem egyéb tranzakcióra is utalhat.
10. „A nagy csurárnak öt pohara volt! És öt fia volt neki, és hatalma, és gazdag volt, olyannyira, hogy senki sem volt rajta felül [értsd: nagyobb nála] a romák között! Így mondta ezt az apám is. Úgyhogy amit az öreg Pista mondott, az nem volt hazugság!” Pista a megérkezéstörténet ugyan ezen variánsát osztotta meg velem. Itt jegyzem meg, hogy – szemben néhány más kutatóval, akik ugyancsak Gáborok közösségeiben végeztek hosszabb-rövidebb terepmunkát – anonimitásuk megőrzése érdekében a tanulmányban említett valamennyi roma keresztnévét megváltoztattam.
11. Lásd például az aranyelkobzással kapcsolatos romániai intézkedéseket.
12. A romák visszaemlékezései szerint ez a múltban sem volt másként.
13. A történeti források tanúsága szerint egyes erdélyi roma közösségekben az 1800-as évek közepén az ezüstpoharak ötvösmesterek általi készíttetése is bevett gyakorlatnak számított. Az említett romák megbízásából készített, „mondvacsinaltatott” ezüstpoharak azonban a Gáborok között sohasem minősültek presztízstárgyaknak.
14. Terjedelmi okokból a presztízstárgyaknak tulajdonított érték roma értelmezési keretének csupán a két legfontosabb elemével foglalkozom. Itt nincs lehetőség arra, hogy megvizsgáljam azokat a stratégiákat, amelyeket a romák a presztízstárgyak értékének manipulálása érdekében alkalmaznak, ahogyan nem térek ki arra sem, hogy milyen módokon próbálnak meg hatást gyakorolni a konkrét áralkuk végeredményére a presztízstárgy-tranzakciók során. Nem foglalkozom továbbá azokkal az értékforrásokkal sem, amelyek megnövelhetik ugyan egy tárgy értékét a potenciális vevő szemében, de csak esetenként vannak jelen, és ritkán válnak meghatározó jelentőségűvé.

15. A „láthatatlan patina” kifejezést McCrackentől (1988:88) kölcsönzöm.
16. „...egy olyan pohárnak, amelyiknek nincs apja és anyja, nincs értéke. Ha nincs neve az öregek-től [vagyis: roma társadalmi emlékezete], hogy tudjuk: kié volt, és honnan eredt, és milyen pohár, akkor csak úgy vesszük azt, hogy az egy új pohár, nincs semmi értéke.”
17. A „törzs” kifejezés a jelen esetben a Gábor etnikai alcsoport szinonimájaként értendő, semmi köze sincs azonban a törzshöz mint antropológiai terminushoz.
18. „Nem magát a poharat fizetik meg, hogy ilyen sok arany vagy olyan sok ezüst van benne!... A hírnevet! Hogy kié volt! »Ezé a *romé* volt, azé a *romé* volt...« A hírnevet! A nagy nevet! És a régiséget, azt, hogy régi! [...] A történelmet. Mert azt mondják: »Ez a pohár a nagy X-é volt, vagy a nagy Y-é, vagy a nagy Z-é...«, akkor annak van neve, mert az a pohár a romák között forgott.”
19. Vö. a nemesi cím fogalmával.
20. A presztízstárgy-vásárlással járó presztízsgyarapodás mértéke a pohár tárgyi és szimbolikus tulajdonságainak együttes értékétől függ. Számottevő „hírnév”, „nagy név” értelemszerűen csak a fontosabb tárgyak megvásárlása révén szerezhető.
21. Lásd az utolsó fejezetben.
22. A leszármazás aprólékos számon tartása az antropológiai szakirodalom szerint meglehetősen ritka jelenség a romák esetében, Nagyfaluban és általában a Gáborok között azonban általánosan elterjedt gyakorlat.
23. Ha ez lenne az elsődleges céljuk, akkor a pénzüket nem presztízstárgyakra költenék, hanem kölcsönügyletekbe fektetnék, vagyis viszonylag magas kamatra kölcsönt adnának más *romok*nak vagy gázsóknak.
24. Vö. a „hivalkodó fogyasztás” vebleni definíciójával.
25. A presztízstárgy vásárlása révén nyert hírnévhitel egyik – de csak az egyik – potenciális forrása a kifizetett vételár reprezentálása a tárgybirtoklásra keresztül, vagyis a korábban már említett forrásreprezentáció. A vevő hírnévhitelének gyarapodása azonban a tárgyvásárlással kapcsolatos számos egyéb, itt nem említett forrásból is származhat. Ezek vizsgálatával doktori disszertációmban részletesen is foglalkozom.
26. Lásd később ebben a fejezetben.
27. Ritkán ugyan, de előfordulnak ettől eltérő esetek is. Ezek vizsgálatával ebben a tanulmányban nem foglalkozom.
28. Kivételt képeznek azok a már említett esetek, amikor a tárgyat egy értékesebbnek tartott presztízstárgy megszerzése érdekében adja vagy cseréli el a tulajdonos. Azon erőfeszítések intenzitása, amelyek egy pohár elidegeníthetlenségének fenntartására irányulnak, természetesen jelentős mértékben függ a tárgy értékétől. Ha ez csekély, a tulajdonos valószínűleg kisebb ellenállást tanúsít majd, és könnyebben megváltik tőle.
29. Myers hasonlóképpen fogalmaz (Myers 2001:8): „...a tárgykultúra-kutatás általános újragondolása sokkal inkább azzal a dinamikával kell hogy foglalkozzon, amely a tárgyakat körülveszi, semmint klasszifikálásuk és definiálásuk statikusabb pillanataival.”
30. A nők nem örökölhetnek presztízstárgyakat, vagyis azok az apai ágazat kontextusában „haladnak”. (A presztízstárgy-birtoklás tehát alapvetően *genderizált* gyakorlat.) A poharat és a kántát esetenként az özvegyé lett *romnji* felügyeli mindaddig, amíg fiai fel nem nőnek, és át nem vesszük azokat. Ilyenkor előfordul, hogy rászorultságában a *romnji* valamelyik tárgy eladására kényszerül. Ebben az értelemben, de csakis ebben, ideiglenesen a *romnjik* is a presztízstárgyak tulajdonosaiá válhatnak, rendelkezhetnek azok felett.
31. Ez a célkitűzés eltérő terhet róhat az egyes *romokra*. Ott, ahol négy vagy öt fivér él együtt, jóval nehezebb megfelelni ennek az ideáltípusnak, mint azokban a családokban, amelyekben egyetlen fiúgyermek van. Az említett teher nagysága természetesen az örökül hagyandó presztízstárgyaknak tulajdonított értékétől is függ.

32. A *lazavo* és *patjiv* kifejezések kimondását a romák gyakran kísérik egy olyan kézmozdulattal, amelynek során kinyújtott mutatóujjakkal arcukra, azon belül is orcájukra mutatnak, vagyis arra a helyre, ahol a szégyenérzet hatására megjelenő bőrpír a legfeltűnőbben észlelhető. Ez a mozdulat gyakran figyelhető meg például a „Nem szégyelled magad!” típusú korholást kísérő gesztusként, de nem ritka eset, hogy az interakcióban kizárólag egyedül, szavak nélkül szerepel. Ilyenkor az orcára mutató korholás indirekt, nem verbális eszköze.
33. Arra, hogy az áralku folyamatát milyen tényezők befolyásolják, és hogy az aktuális vételár hogyan viszonyul a tárgyért korábban kifizetett vételárhoz, itt nem térek ki.
34. Tekintsünk el itt és a következő bekezdésekben annak az erdélyi roma etnikai alcsoportnak a tagjaitól, akik ugyancsak érdeklődnek a különféle ezüstartágyak iránt, és presztízstartágyaknak tekintik azokat. Az említett csoport tagjai esetenként ugyancsak jelentős összegeket ajánlanak fel egy-egy presztízstartágyért, vagyis a Gáborok nézőpontjából szemlélve alkalmanként ők is részei az ideális vevőkörnek, a két roma csoport presztízstartágy-ideológiai és -gyakorlatai azonban, amint arra már utaltam, részben különböznek egymástól.
35. Itt jegyzem meg, hogy a roma presztízstartágy esztétika a poharak és kannák olyan tulajdonságaival kapcsolatban is tartalmaz értékpreferenciákat, amelyek nem részei a presztízstartágy-jelöltség fogalmának, vagyis amelyek nem befolyásolják a Gáborok azon döntését, hogy egy tárgyat teljes értékű presztízstartágyként tekintenek-e vagy sem. Idesorolható például a tűziaranyozás. A tárgy gazdag aranyozása fontos értéknovelő tényező, ugyanakkor pusztán az aranyozás hiánya miatt a Gáborok egyetlen tárgyat sem zárnak ki a teljes értékű presztízstartágyak csoportjából.
36. Szemben a gázsó régiségkereskedőkkel, akik éppen így: árucikkekként tekintenek rájuk.
37. A Gáborok a közöttük gazdát cserélő presztízstartágyak árát a kilencvenes évek közepe óta rendszerint német márkában számolták és fizették ki, annak megszűnését követően pedig az eurót vagy az amerikai dollárt használják ugyanerre a célra. Annak ellenére, hogy bármely pénznemhez és pénzhasználati módhoz társulhatnak különféle szimbolikus jelentések (vö. Zelizer 1994), vagyis azok etnikai vagy nemzeti identitásszimbólummá válhatnak, a romák nem elsősorban „németként” vagy „amerikaiként” tekintenek az említett pénznemekre. Sokkal inkább olyan, etnikai értelemben kevésbé jelölt, általános csereeszközként használják azokat, amelyek népszerűsége körükben éppen abból fakad, hogy Európában szinte bárhol fizethetnek velük, szemben például a román lejjel.
38. Vö. ezzel a romákkal kapcsolatos antropológiai irodalomban Stewart (1997: 141–180) azon értelmezését, amely a harangosi romák lovakhoz és lókereskedéshez való viszonyával foglalkozik.

IRODALOM

APPADURAI, ARJUN

1986 Introduction: commodities and the politics of value. *In* The social life of things. Commodities in cultural perspective. Arjun Appadurai, ed. 3–63. Cambridge: Cambridge University Press.

BAUDRILLARD, JEAN

1981 For a critique of the political economy of the sign. St. Louis: Telos Press.

BOURDIEU, PIERRE

1978 A szimbolikus tőke. *In* uó: A társadalmi egyenlőtlenségek újatermelődése. Tanulmányok. 379–400. Budapest: Gondolat.

BRENNEIS, DONALD

1987 Performing passions: Aesthetics and politics in an occasionally egalitarian community. *American Ethnologist* 14(2):236–250.

HARRISON, SIMON

1992 Ritual as intellectual property. *Man* 27(2):225–244.

KOPYTOFF, IGOR

1986 The cultural biography of things: commoditization as process. *In* The social life of things. Commodities in cultural perspective. Arjun Appadurai, ed. 64–94. Cambridge: Cambridge University Press.

MAGYARI-VINCZE ENIKŐ – FEISCHMIDT MARGIT

1994 A CARITAS és a romániai átmenet. *Replika* (15–16):65–87.

MATRAS, YARON

2002 Romani. A linguistic introduction. Cambridge: Cambridge University Press.

McCRACKEN, GRANT

1988 Culture and consumption: New approaches to the symbolic character of consumer goods and activities. Bloomington: Indiana University Press.

MILLER, DANIEL

1987 Material culture and mass consumption. Oxford: Basil Blackwell.

MYERS, FRED

2001 Introduction. *In* The empire of things: Regimes of value and material culture. Fred Myers, ed. 3–61. Santa Fe: SAR Press

POLÁNYI KÁROLY

1997 A nagy átalakulás. Korunk gazdasági és politikai gyökerei. Budapest: Franklin Nyomda.

STEWART, MICHAEL

1997 The time of the Gypsies. Boulder: Westview Press.

THOMAS, NICHOLAS

1991 Entangled objects: Exchange, material culture, and colonialism in the Pacific. Cambridge: Cambridge University Press.

VEBLEN, THORSTEIN

1975 A dologtalan osztály elmélete. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.

WEINER, ANNETTE

1986 Inalienable wealth. *American Ethnologist* 12(2):178–183.

1992 Inalienable possessions: the paradox of keeping-while-giving. Berkeley: University of California Press.

ZELIZER, VIVIANA A.

1994 The social meaning of money. New York: BasicBooks.

PÉTER BERTA

Value and ethnicity. Economy of prestige objects as ethnic identity praxis among Transylvanian *Gábor* Rom

Among the so-called *Gábor* group of the Rom living in Transylvania prestige objects form a very special kind of cultural artefacts. These silver items are very highly estimated by the all the group members. This article analyses the ideologies and praxis connected to these objects. After introducing their special cultural logic, their local value aspects and social and economic functions will be elaborated. It is argued that these prestige objects are held to form by the group members symbols of ethnic identity, and their handling are evaluated with very specific care.

Tabula
2005 8 (2): 171–200.

200