

A különbségteremtés szinterei és belső dinamikája

Berta Péter: *Fogyasztás, hírnév, politika. Az erdélyi gábor romák presztízsgazdasága*

1. A fogyasztók és a fogyasztás társadalmi és kulturális vetületeinek tanulmányozása, a fogyasztás mint önmagában érdekes kutatási téma – például a fogyasztói szokások és szubkultúrák, a fogyasztás mechanizmusai, továbbá az identitás és a fogyasztás összefüggései – *fogyasztáskutatás* néven az elmúlt két évtizedben szilárdította meg tudományos helyét. Az 1970-1980-as években a társadalom- és humántudományok területén tapasztalt – rendszerint kulturális, történeti vagy kultúratudományi, a kulturális antropológiában kritikai fordulatnak nevezett – paradigmaváltás a fogyasztás vizsgálatában azt eredményezte, hogy a fogyasztásra a „termeléstől részben független univerzumként” kezdtek tekinteni és nem a termelés irányította tevékenységként (Zentai 1996:140).
2. A kortárs társadalmakban a fogyasztás az emberek közötti különbségtétel egyik alapja, a kreatív gondolkodás megnyilvánulása, alkotó munka, szervesen összekapcsolódó tevékenységek láncolata, amely rendszeres időráfordítást igényel (Vörös 1996:77–78). A fogyasztó személyes identitását is kifejezi azzal, hogy mit, mikor, kivel/kikkel és hogyan fogyaszt, milyen szokásokat követ, illetve alakít ki a fogyasztás során (a tárgyak és szolgáltatások kiválasztásában, használatában és eldobásában, illetve elhagyásában) – pontosabban „az identitás a tárgyi világgal való interakció *eredményeképpen* jön létre” (Simányi 2005:187; kiemelés az eredetiben).
3. Berta Péter *Fogyasztás, hírnév, politika. Az erdélyi gábor romák presztízsgazdasága* című könyve azt vizsgálja, hogy „milyen szerepet játszik a különbség politikája (azon belül a presztízsfogyasztás) a gábor romák közötti társadalmi határok, hierarchiák és identitások kialakításában, megjelenítésében és az azokról zajló egyezkedésben” (19. p.). Az egyezkedés (*negotiation*) napjainkban egyaránt kedvelt kifejezése az identitás- és fogyasztáskutatásnak; azokra a folyamatokra utal, amelyek során az értelmezések, jelentések, identitások a szereplők (emberek, intézmények, tárgyak) közötti kölcsönhatások következtében tartalommal telítődnek (Simányi 2005:187). A szerző munkája pontosan azokat a különbségteremtő gyakorlatokat (a *romani politikán* [’roma politikán’] belül például a presztízstárgy-gazdaságot vagy a házasságpolitikát) és a kapcsolódó folyamatokat tárgyalja több szempontból, amelyek alapján leírható és elemezhető az etnikai csoportként létezés mint események sorozatának belső dinamikája. Ennek egyik kulcsfolyamata a sokszereplős diszkurzív egyezkedés, illetve egyeztetés, ami a *romani politika* esetében egyaránt szerves része a virrasztóknak és temetéseknek, esküvőknek és keresztelőknek, vagy akár az adventista imaházi istentiszteletek szüneteiben és a használt-cikk-piacokon folyó beszélgetéseknek is.
4. A több mint másfél évtizedes kutatás, a szerző megfogalmazásában, többhelyszínű terepmunkára épült. A több színterű etnográfia (*multi-sided ethnography* – Marcus 1986, 1995),¹ a klasszikus terepmunkamódszert átgondoló legismertebb nemzetközi példa, annak felismerése, hogy a kortárs társadalom antropológiai módszerekkel történő kutatásához célszerű a globális és a lokális folyamatok egymásra vetítése. Avagy szükséges a makroelméletek, a rendszer, a strukturális szint és a mikroszinten érvényes hagyományos etnográfiai tapasztalatok, az életvilág vizsgálata közös értelmezési keretben (Marcus 1995:96, 98). Ez az újfajta szemléletmód nemcsak a „térben és időben szétszórtan elhelyezkedő kulturális jelentések, tárgyak és identitások áramlásának” tanulmányozásában, a sokféle szituációba ágyazott tudás megismerésében bizonyult hatékonynak (Marcus 1995:96), hanem alkalmas a gábor roma fogyasztói szubkultúráján belül – annak időbeli változását is beleértve – összekapcsolódó lokális világok és globális tendenciák közötti összefüggések nyomon követésére is.

5. Az erdélyi gábor romák közötti különbségeket a romániai pártpolitikához nem kötődő *romani politika* hozza létre. A *romani politika* „a társadalmi és gazdasági különbségek megalkotására, reprezentálására és manipulálására szolgáló értékverseny”, amelynek számos szimbolikus küzdőtér, gyakorlat és ideológia részét képezi (58. p.). A különbségteremtés az alábbi színterekhez kapcsolódik: 1. a gazdaságítóke-felhalmozás, különösen a gábor roma presztízstárgy-gazdaságban elért sikerek; 2. a rokonság politikája I. – vagyis az apaági presztízis, a „beleszületés”; 3. a rokonság politikája II. – azaz a kapcsolatítóke-felhalmozás: a házassággal szerzett apatársi szövetségek (*xanamikimo*), az apaági rokonok; valamint 4. a társas viszonyok és interakciók (a szociabilitás) menedzselésének etikája, amely magában foglalja a helyes viselkedést (*lašo phi-rajimo*), a tiszteletreméltóságot, a becsületet (*patjiv*).
6. A *romani politika* működésének tágabb összefüggésekben történő megértését segíti az, hogy külön fejezet tárgyalja például a megélhetési stratégiákat (2. fejezet), és a Befejezés után fejezetértékű függelékben (19. fejezet) olvashatók azok a tanulmányok is, amelyeket a szerző a 19. században és a 20. század elején publikált, erdélyi *czigánykincsekkel* foglalkozó tudósítások áttekintéséből szűrte le. Ezek ugyan alátámasztják a gábor romák azon állítását, miszerint a 19. század óta birtokolnak ezüsttárgyakat, a szerző mégsem fedezett fel közvetlen kapcsolatot sem az egykori szövegekben megnevezett és a jelenlegi roma tulajdonosok, sem a dokumentált poharak és fedeles kupák, valamint a gáborok között megismert roma presztízstárgyak között.
7. A gábor roma politika két legfontosabb szimbolikus küzdőtere a házasság – illetve az apatársi szövetség – és a presztízstárgy-gazdaság (a monográfia ez utóbbit tárgyalja részletesen), amelyek a *romani politikában* jelentős és egyben megváltoztatható, és az etnikai csoporton kívüli és belüli folyamatokkal összefüggésben meg is változó különbségeket teremtenek. Jelen esetben a presztízstárgy-gazdaság jelentése nem más, mint az ezüst „poharakra és fedeles kupákra (presztízsjavak) irányuló gyűjtőszennvedély és tulajdonlási verseny” (217. p.), valamint a kapcsolódó gyakorlatok, ideológiák és stratégiák összessége. Jellemzője, hogy transzlokális, informális, etnicizált és genderizált.
8. A szerző részletesen ismerteti és mélyrehatóan elemzi a gábor roma presztízstárgyakat és -gazdaságot: ezek jellemzőit (5. fejezet); azt, hogy milyen összefüggések és különbségek vannak a műtárgypiaci árucikkek és a gábor roma presztízstárgyak között – az ezüsttárgyak hogyan nyelik el jelentésüket az eltérő értékrezsimek közötti de- és rekontextualizáció során (6. fejezet); vagy miként határozzák meg a domináns értékaspektusok (a felhalmozott hírnév és az anyagi tulajdonságok) a gábor roma presztízstárgyak értékét és árát (7. fejezet). Megismerkedhetünk ezen tárgyak áramlásának mindkét típusával, vagyis a gábor roma fogyasztói szubkultúrán belüli és a különböző fogyasztói szubkultúrák – műtárgypiaci szereplők, gáborok és a presztízstárgy-kereskedelemben részt vevő cārhar romák – közötti mozgásával (8. fejezet és 9. fejezet).
9. Különösen izgalmas az a három fejezet (12, 13, 14. fejezet), amelyben a szerző egy-egy presztízstárgy (két pohár /*taxtaj*/ és egy fedeles kupa /*kana*/) kulturális életrajzának leírásán, azaz három többhelyszíni árucikk-etnográfian keresztül mutatja be azt, hogy milyen jelentések társulnak a tárgyakhoz és azok milyen szerepet játszanak a gáborok közötti társadalmi különbségek kialakításában – összefüggésben a *romani politika* egyéb szimbolikus küzdőtereivel (mint például a házasságpolitika vagy a nyilvános, pozitív társas kép kialakítása). Ezekből az etnográfikából többek között megtudhatjuk azt is, hogy a „kánáknak a kánája’ [a legértékesebb fedeles kupa a gáborok között]”, más néven a „Faraó leányának a kannája’ [fedeles kupája]” hogyan került zálogba, milyen tényezők tették lehetővé a kiváltását és a nyilvános eskütétel hogyan vezethet konfliktusmegoldáshoz (13. fejezet).
10. A gábor roma presztízstárgyaknak meghatározott tulajdonságokkal kell rendelkezniük ahhoz, hogy a tárgyak e kategóriájába kerülhessenek. A poharaknak és a fedeles kupáknak három tárgyi tulajdonság (pohárforma-típus; alapanyag: antik ezüst; a tárgy kora, vagyis a tárgykészítés ideje) mellett egy szimbolikus tulajdonságnak is meg kell felelniük (megfelelő társadalmi karri-

errel kell bírniuk, vagyis „igazoltan” már legalább két-három gábor tulajdonos birtokában kellett lenniük). A tárgyak autentikussága tehát meghatározza helyüket a dolgok világában, és befolyásolja a tulajdonosok társadalmi státuszát az erdélyi gábor roma csoporton belül. A 15. fejezet az autentikusság kérdésével, pontosabban az autentikusság politikájának azon típusával foglalkozik, amely olyan stratégiákat és technikákat foglal magában, amelyek egy konkrét tárgy nominális autentikusságának manipulálására szolgálnak.

11. *A Politikai önreprezentáció, arcmunka és bricolage. Presztízstárgyak a politikai diskurzusban* című (17.) fejezet kifejezetten érzékletesen szemlélteti, hogy a szerző jó érzékkel válogatta a terepanyagokat – jelen esetben a 2002-ben történt eljegyzésen elhangzott dialógust, a különböző típusú énekeket és a további példákat – mondandója alátámasztására, és képes megvilágítani azokat a belső folyamatokat és szociokulturális gyakorlatokat, amelyek megkérdőjelezzik a romákra vonatkozó több, érvényesnek elfogadott megállapítás létjogosultságát a néprajztudományban és a kulturális antropológiában. Ilyen például az, hogy a kortárs társadalomban a „hagyományos” magyar folklóralkotások a roma csoportokban élnének tovább. A presztízstárgyakkal kapcsolatos magyar nyelvű énekek elemzése (17. fejezet) alapján Berta amellel érvel, hogy, egyrészt, a többségi társadalom kulturális termékeinek romák általi átvétele és használata nem mechanikus folyamat, és igenis tartalmaz tudatos szelekciót, illetve önreflexiót. Másrészt az átvétel célja nem feltétlenül az átvett termékek változatlan formában történő megőrzése, hanem a lovakról, szekerekről, huszárokról szóló énekek kifejezetten jó példái a mondani-valót kreatívan újrahasznosító-újraértelmező – tulajdonképpen a jelentéseket újraalkotó – szellemi alkotásoknak, amelyeket a gábor romák a csoporton belüli különbségteremtő politika eszközeiként használnak (639–640. p.).
12. A poharakon és fedeles kupákon – vagyis a patinalogikájú presztízsjavakon (az ezek fogyasztásával kapcsolatos diskurzusokat a 16. fejezet vizsgálja) – kívül a gábor romák között presztízsjavaknak minősülnek például az alábbi árucikkek, szolgáltatások és fogyasztói gyakorlatok is (posztoszocialista presztízsjavak): az új, divatos márkájú személygépkocsik és kisbuszok, az új építésű, sokszobás, jómódról árulkodó – mondhatnánk hivalkodó – családi házak, a szórakoztató elektronikai eszközök és mobiltelefonok, vagy a bevásárlóközpontok látogatása. Az olvasó számára a monográfia végére kiderül, hogy a kettő eltérő típusú fogyasztása és az utóbbiak előtérbe kerülése összefügg a generációs különbségekkel, miközben az előbbieket létezését belső tényezők (eticizáltság, gerontokrata jelleg és elitizmus) is fenyegetik.
13. Az, hogy a gábor romák vajon a patinalogikájú presztízsjavak fogyasztását milyen mértékben és meddig preferálják szemben a posztoszocialista presztízsjavak fogyasztásával, számos gazdasági és társadalmi tényező kölcsönhatásától függ, így a gábor roma presztízstárgy-gazdaság jövője nehezen látható előre. Mindazonáltal a szerző az alábbi, a presztízstárgy-gazdaság jellemzőit is magában foglaló optimista hangvételű idézettel zárja könyvét: „Ez nem hal meg soha, ez a tűz [a presztízstárgyak iránti szenvedély] közöttünk! (...) Akármennyi házakat veszel, nem zeng annyit [nem jár akkora társadalmi presztízsszel és hírnévvel], mintha egy poharat veszel. Na, az akkor már hallszik az egész világon [beszélnek róla mindenhol], ahol gáborok vannak: 'Há Pista vette meg annak a poharát...!'” (656. p.).
14. Berta Péter könyvét forgatva az olvasó megállapíthatja, hogy az tartalmi szempontból rendkívül gazdag, benne a szerző széleskörűen alkalmazza a kortárs társadalomtudományi elméleteket, módszeresen reflektál a tárgyalt kérdéseket elemző munkákra és érveit megfelelő módon támasztja alá empirikus adatokkal. Ugyanakkor a szerző egy kevésbé sűrű, két kötetre bontott, mondhatnánk „olvasóbarátabb” szöveggel talán még szélesebb körű szakmai olvasótábort tudna megszólítani, bár valószínűsíthető, hogy ez a választás is a munka – ugyan eltérő szempontokat érvényesítő – szelektív olvasását eredményezné. Emellett talán érdemes lett volna megfontolni, hogy a jelenleg hét oldalas tartalomjegyzék helyett a bevett gyakorlatként működő rövidített típus kerüljön a könyvbe, amiben a fejezetcímek alatt kizárólag az alfejezetek vannak feltüntetve. Ez a változat az olvasó számára könnyebbé tette volna a majd hétszáz oldalas monográfia tartalmának áttekintését, és az átláthatóság növelésével egyben még nagyobb

kedvet csinálhatott volna a témát több szempontból körüljáró, alapos munka tanulmányozásához.

15.

A szerző reményei szerint a „monográfia alkalmas lehet arra, hogy alternatív olvasatául szolgáljon az olyan domináns, nemegyszer homogenizáló és esszencializáló kutatói és hétköznapi sztereotípiáknak, amelyek a roma csoportokat marginalizált és kiszolgáltatott, társadalmi berendezkedésüket tekintve differenciálatlan, döntően egyenlőségelvű és jelencentrikus formációkként mutatják be, és elsősorban a szegénység, a nélkülözés, az alávetettség és az interetnikus konfliktus fogalmait társítják hozzájuk” (20. p.). Meggyőződéssel kijelenthető, hogy Berta Péter alaposan átgondolt, elméletileg jól kidolgozott, terepadatokkal bőségesen alátámasztott, nagyszabású munkája sikeres példája a gábor romákról kialakított hétköznapi és kutatói sztereotípiák alternatív olvasatának. A könyv egyaránt melegen ajánlható a romakérdés iránt érdeklődő és a fogyasztáskutatással, illetve az új anyagikultúra-kutatással foglalkozó szakembereknek, a szakpolitikában érintett roma szakértőknek és egyetemi hallgatóknak is.

JEGYZETEK

1 Úgy vélem, hogy fontos a szakkifejezés magyar fordítása, mert konceptuális jelentőséggel bír (vö. Biczó 2013: 55). Azért tartom megfelelőbbnek a több színterű megnevezést, mert a *multi-sited ethnography* nemcsak az egy jelenséghez köthető különböző földrajzi helyszíneket köti össze, hanem az eltérő szintű, típusú szociokulturális szintereket is, illetve például közösen értelmezi ugyanazon jelenségnek az online és offline világait. Azaz ez esetben a vizsgálat tárgyához kapcsolódó terep válik „töredezetté, több helyszínűvé” (Nagy 2015: 46).

IRODALOM

BICZÓ GÁBOR

2013 Az etnikai együttélési egyensúlyhelyzet elmélete: a szilágysági Tövishát északi falvainak példája. In „Megvagyunk mi egymás mellett...” Magyar-román etnikai együttélési helyzetek a szilágysági Tövisháton. Biczó Gábor – Kotics József, szerk. 53–103. Miskolc: ME KVAI.

MARCUS, GEORGE

1986 Contemporary Problems of Ethnography in the Modern World System. In *Writing Culture. The Poetics and Politics of Ethnography*. James Clifford – George E. Marcus, eds. 165–193. Berkeley: University of California Press.

1995 Ethnography In/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography. *Annual Review of Anthropology* 24:95–117.

NAGY KÁROLY ZSOLT

2015 Ösvény a dzsungelben. *Replika* 90–91:39–55.

SIMÁNYI LÉNA

2005 Bevezetés a fogyasztói társadalom elméletébe. *Replika* 51–52:165–195.

VÖRÖS MIKLÓS

1996 Fogyasztás és kultúra. *Replika* 21–22:77–79.

ZENTAI VIOLA

1996 A fogyasztás kultúrája és a történelem. *Replika* 21–22:139–159.