

33. Érdemes itt megemlítenünk azt a jelenleg zajló vitát, amelynek tárgya: ha valaki egy munkahely betöltésére jelentkezik, milyen kérdéseket lehet neki feltenni – interjú vagy kérdőív formájában – anélkül, hogy sérülne a személyiségi jogai vagy éppen méltósága. Természetesen bármely szabályozás (már ha van), csakis differenciált lehet, hiszen bizonyos esetekben az egészségügyi állapotra, a szokásokra vonatkozó kérdések sérthetik a pályázót, annak méltóságához való jogát, más esetben pedig kifejezetten szükségesek és elkerülhetetlenek. Utóbbi esetben tehát ugyanaz a kérdés nem minősül a méltóság, a személyiségi jogok sérelmének?

■ IRODALOM

- Barcsi Tamás: Az ember méltósága. Attraktor Kiadó, Gödöllő, 2005.
- Buergenthal, Thomas: Nemzetközi emberi jogok. Helikon, Bp., 2001.
- Emberi méltóság korlátok nélkül. A gyermekek, a hajléktalanok és a gyülekezők jogai. (Tanulmánykötet) Megjelent az ENSZ Emberi Jogok Egyetemes Nyilatkozatának 60. és a békés rendszerváltás 20. évfordulójára rendezett pályázat anyagának felhasználásával. Az Országgyűlés Hivatala, Bp., 2009.
- Gyórfi Tamás: A tulajdonságok nélküli ember elmélete. Fundamentum, 1998/3.
- Gyórfi Tamás: Az önrendelkezési jog értelmezésének alternatívái. In: Halmai Gábor (szerk.): A megtalált Alkotmány? A magyar alapjogi bíráskodás első kilenc éve. INDOK, Bp., 2000.
- Halmai Gábor – Tóth Gábor Attila (szerk.): Emberi jogok. Osiris Kiadó Bp., 2003.
- Halmai Gábor: A véleményzabadság határai. Atlantisz, Bp., 1994.
- Kant, Immanuel: Az erkölcsök metafizikájának alapvetése. A gyakorlati ész kritikája. Az erkölcsök metafizikája. Gondolat Kiadó, Bp., 1990.
- Kis János: Alkotmányos demokrácia. Három tanulmány. INDOK, Bp., 2000
- Morin, Edgar: Az ember belső megkettőzöttsége. In: Dietmar Kamper – Christoph Wulf (szerk.): Antropológia az ember halála után. Józsefveg Műhely, Bp., 1998.
- Sajó András: Jogosultságok. MTA, Állam- és Jogtudományi Intézet, Bp., 1996.
- Sajó András – Seres Ágnes (szerk.): A halálbüntetésről. Medvetánc Füzetek, Bp., 1990.
- Sándor Judit: Újabb érvek a terhességmegszakítás alkotmányosságáról. Fundamentum, 1998/3.
- Sári János: Alapjogok. Alkotmánytan II Osiris Kiadó, Bp., 2000.
- Sólyom László: A személyiségi jogok elmélete. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Bp., 1993.
- Sólyom László: Az alkotmánybíráskodás kezdetei Magyarországon. Osiris Kiadó, Bp., 2001.
- Trócsányi Sára: A kommunikáció jogi alapjai. Osiris Kiadó, Bp., 2004.

RECIKLÁLT HAGYOMÁNY

A Romani Design márkáról

■ A magyarországi divatvilágban nemrég felbukkanó *Romani Design* márkanév piaci rést hivatott betölteni: a cigányok tradicionális viseletének egyes elemeit emeli divattá, az alkotók koncepciójának megfelelően annak formáit, sajátos motívumait adaptálja a modernitás feltételeihez – mondhatni, a régióra jellemző roma hagyományt (pontosabban inkább annak bizonyos részét) „reciklálja”.

Metaforikus márka

■ A márkanévhez tartozó, szertelenül színes, gyönyörű-nemes anyagokból létrehívott, izgalmas kollekciót a Romani Divat Stúdió munkacsoportja alkotta meg – élén egy agilis, közösségének elkötelezett üzletasszonnyal, Varga Erikával, kinek karriertörténete igazi sikersztóri: könyvelőként kezdte, majd egy évtizednyit ötvösként tevékeny-

kedett, ékszerészként lépett be a divat világába – és párhuzamosan a *Glinta* című roma gyereklap főszerkesztői tisztjét is betölti mind a mai napig. Ötvössége éveit alatt merült fel benne az ötlet, hogy a hagyományos cigány viseletelemeket divatkollekcióvá fogalmazza. Már 2007-től kezdve egy olyan roma divatház megteremtését célozta meg, amely saját csoportjának, a roma közösségnek igényeit kiszolgálva, deklaráltan roma hagyományon alapuló termékeket forgalmaz, mind ruhák, mind kiegészítők, ékszerek terén – ugyanakkor nyit a többségi társadalom felé, és kreációi a nem roma fogyasztói igényeket is kielégítik, a modern nagyvárosi társadalom feltételei között viselhetők.

A családinak indult vállalkozás – amely egy sikeresen megnyert pályázat után, a működés első évében az Országos Foglalkoztatási Közalapítvány támogatásával rajtolt – a

2010. július 24-i első magyarországi roma divatbemutató után immár divatházzá avanzsált; Varga Erika és Varga Heléna pedig divattervezővé. A roma kollekció mondhatni politikailag hiperkorrekt feltételek között jött létre: többszörösen is a tolerancia jegyében fogant, a hátrányos helyzetűek, tartósan munkanélküliek bevonásával (még ha mindez akasztotta is valamelyest a munkálatokat, hiszen több időt kellett a betanításra szánni, mint szakmában aktív profik esetében). A Romani Divat Stúdió 2009 januárjában jött létre, kétéves előkészítő munka után, szociális szövetkezeti formában, és felvállaltan közösségi közhasznú vállalkozásként működik. Az eredmény bámulatos – a siker talán a divatház alkotóinak a képzeletét is messze felülmúlja, habár társadalmi küldetésük gondosan és sokszorosan agyonfogalmazott: céljuk a kulturális örökség megóvása, a hátrányos helyzetűek foglalkoztatása – és én ehhez még hozzátenném: azok *felemelése*.

Mert a Romani Design projekt rendeltetése nem kevesebb, mint a hagyományőrzés a saját etnikai csoport felé, valamint valamiféle „kulturális híd” (ahogy ők nyilatkozzák szerte a médiában) megteremtése a többségi társadalom felé, a divat játékos eszközeivel, a békés együttélés jegyében: a Magyarországon együtt élő kultúrák fúziója az öltözködés szintjén. Az új márka a cigányságnak ebben a régióban ismeretes hagyományos öltözetlemeit – illetve azok motívumait, színvilágbeli sajátosságait – olvasztja bele a nagyváros hétköznapi/alkalmi viseletébe, emeli metropolitán szintre. A többségi magyar ízlést is szándékszik megreformálni a kreációk által, amelyek csoporton kívüli ízlés számára talán olykor tolakodón rózsásak – de létrehozóinak többszörösen hangoztatott meggyőződése, hogy a divat észrevétlenül képes feloldani a mi-ők oppozíció határait, nyitottá, toleránssá téve a különböző együtt élő népcsoportokat egymás hagyományai iránt. Ugyanis a kreációk egy, a régióban többnyire szegregált réteggkultúrát, a cigányság kultúrájának értékeit teszik vonzóvá a többségi társadalom szemében, az addig divó mentalitással dacolva, a rögzült szokások struktúráját megbontva: ezért az

interkulturális párbeszédben effektív kommunikációs aktusként értelmezhető – kifejeleg legalábbis.

Az alkotók bevallása szerint fontos szempont volt a másság elfogadtatásának kerete, a divat kontextusa, amely nyitott, variábilis rendszer, szemben például a másféle hagyományőrzésre rendszeresített múzeumok keretével. Fontos az „együtt éltetés” tehát, a másság bizonyos elemeinek az eddig elfogadottak mellé felsorakoztatása, a szimbolikus felzárkózás, amely egyszerűsmind a roma társadalom metaforikus felzárkózása a többségi társadalom mellé. Mert a múzeum inkább állapotokat konzervál, mintsem dinamikus fejlődésnek adna teret – zárt feltételei, statikus körülményei nem vehetik fel a versenyt a mindennapok divatjának folyamatosan változó, alakuló, dinamikus és (nem utolsósorban) emberközeleli közegeivel.

A Romani Design márkanév ugyanakkor metaforikus megfogalmazása a jelenvalóság-nak, másfajta kulturális pozíciót mutat, mint amit Magyarországon eddig reprezentáció szintjén láthattunk: mentes mindenféle szubmissziótól, a roma társadalom egyenértékűségét hangsúlyozza, annak egyenrangúságát erősíti. De mindezen aprólékosan végiggondolt, politikailag igen korrekt koncepció képes-e mindenben elérni célját és a tradicionális cigány öltözetlemezeket divattá emelve *valóban megőrizni* a cigányság hagyományait?

Hagyományőrzés

■ Még ha nem is megyünk bele annak részleteibe, milyen szemiotikai funkciót tölt be általában a népviselet egy népcsoport életében (vagy ezen belül egy országban, régióban, vidékben, amit a cigányok esetében mind-mind gondosan el kellene különítenünk, állam nélküliek lévén), feltétlenül meg kell említenünk a tradicionális viseletek elsődleges jelrendszerértékét. A népviselet öltözetdarabjai, az egyes darabok hagyományos díszítése, motívumkincse, de még az ehhez különféle esetekben felhasznált színek is értelemszerűen nemcsak viselőjük nemét, de korát, társadalmi státusát is elárulják. A cigányok esetében a tradicioná-

lis viselet természetesen jelöli a szűkebb csoporthoz, törzshöz való hovatartozást is.

Nos, a Romani Design tradicionális cigány öltözetelemekből, motívumokból létrehívott kollekcója ezt az elsődleges (és a mai városi körülmények közt, valljuk be, anakronisztikusnak ható) jelrendszert bombázza szét egy magasztosabb cél érdekében, azaz a *hagyományt reciklálja*: új, másodlagos jelrendszert hoz létre, új kontextusban. És eme új kontextus a tradicionális értékek megőrzésével kompatibilis haladás, a modern nagyváros biztosította szabadság, a kozmopolitizmus színpada: az együtt élő kultúrákkal, a beszívárgott multikulturalitás színes, szertelen kavalkádjával, a toleranciával meg mindenféle egyéb hatással, ami egy mai metropolisz lakóit érheti – no meg a határok fellazulásával.

Mindennek okán elsősorban azt szükséges megvizsgálnunk, hogyan funkcionál *jelként* ez a másodlagos jelrendszert, azaz eléri-e célját a koncepció, a nagyvárosi viselet játékos *cigányosítása*; vagy anélkül, hogy ez az alkotókban tudatosodna, ellentétes jelentéseket is kiszolgál: konfúziót kelt a saját csoportban, nem kevésbé hamis látszatokat táplál a külvilág felé, legyen ez akár az országon belüli többségi csoport, akár a külföldi figyelő szem.

Vajon alkalmas-e ez a dekontextualizált „hagyomány” megfelelni a cigány tradíciók *tényleges* megőrzésének, ha már ez kiáltatott ki a koncepció szintjén? A kollekcio darabjai gyönyörűek, de formailag finoman szólva is kissé „dézsvüsek”, nagy formai *trouvaillé* nincs bennük – hacsak az nem, hogy olykor szinte egy az egyben emelnek be viseletdarabokat a cigány női viseletből, persze az eredetitől eltérő funkcióval: újszerűségük inkább kombinatorikus, egyediségük találó párosítások által érvényesül. A Magyarországon fellelhető három cigánycsoport közül az oláh cigányok őrizték meg a viseletük jellegzetességeit – a beások, valamint a romungrók gyorsan alkalmazkodtak a környezetük viseletéhez, utóbbi csoport például egészen elvárosiasodott, „elúriasodott” öltözkét tekintve. Tudvalevőleg a női viselet őrzi leginkább a jellegzetességeket a régióban: a Romani Design projekt el-

sősorban tehát erre a hagyományanyagra építhet, ha koncepciózus akar maradni – Varga Erika interjúiban fel is emlegeti például a magyarországi meg az erdélyi oláh cigány csoportoknál tett szakmai gyűjtőútjait.

És valóban, a kollekcio legmarkánsabb vonulatának inspirálója felismerhetően az oláh cigányok, ezen belül is a kelderások viselete (különösen az erdélyi kelderásoké, akiket ott magyar vidéken többnyire Gáborcigányokként ismernek). A nők esetében ez a bokáig érő, színes-virágos, pliszírozott (gyakran kasmírból való) szoknyát, csipkével szegett, azonos hosszúságú kötényt, színes vagy virágos blúzt, (asszonyoknál) rózsás fejkendőt jelenti – ezeknek elemeit absztrahálta divattá a Romani Design: az öltözelemek mind a formában, mind a motívumkincsben gyakorta visszatérnek a kifutón. Persze szinte kötelezően *recikáltan*, azaz felrúgva akár az öltözetdarabok eredeti funkcióját vagy helyüket az eredeti elsődleges jelrendszerben.

De megmaradhat-e *bármí* is az így, akár játékosan, felrúgott hagyományokból az elsődleges jelrendszer kódjai közül? Mit jelenthetnek a dekontextualizált viseletdarabok a tradicionális roma, illetve mit a többségi gádzsó társadalom értelmezésében? Vegyük csak például annak a „konvertibilis” kelderás köténynek, bemutatott leomló katarincának az esetét, amely jelen kollekcio értelmezésében mell fölött felkötve is viselhető, de akár le is engedhető a derékra, mint eredetileg viselték volt – viselőjének hangulata szerint változtatható tehát, a 21. századi modernség értelmében. Ugyanígy megemlíthetjük például a női mellet több mint kivillanni hagyó, köldökig kivágott, névlegesen a cigány hagyományt őrző estélyi ruhát is vagy a tetszetős mini koktéluhákát.

Nos, mindennek – még ha a divat tagadhatatlanul is érvényesíti a játékoság elvét, így konzervatív (meg fölösleges, meg felháborító) lenne merev rendszerben szemlélni a dolgot – nincsen abszolút semmi értelme a hagyományörzés szempontjából: hiába építi egyfelől a cigány tradíciót (vajon melyiket is?), ha másfelől meg rombolja. Éspedig azért, mert fittyet hány az oláh cigányok tradicionális kultúrájának egyik legfontosabb

tényezőjére: a rituális tisztasággal összefüggő szokásrendszerre, a *marhiméra* – mely különösen a lovári, kelderás törzseknel a legkihangsúlyozottabb.

A pusztán külsőségeiben cigány jellegzetességeket felvonultató kollekció egyáltalán nem veszi figyelembe a *marhime* bonyolult szabályrendszerét, amelynek betartása a rituális tisztaság megőrzése által a szerencsét, az egészséget, a termékenységet hivatott biztosítani a roma társadalom tagjainál – legalábbis a cigány hiedelem szerint. Ugyanennek a kollekciónak azonban sokat hangoztatott célja divattá emelni az ismert cigány szerencse-szimbólumokat is, bevonva azokat a kreációsor motívumkészletébe – ezek a szerencsebiztosító motívumok főleg az ékszerek, kiegészítők terén köszönnek vissza, hogy csak a patkó alakú nyakéket, az ékszerek szimbolikus lóherevagy pénzérmemotívumait említsük itt.

A *marhime* szerint (nota bene: a név mind a szokásrendszert, mind a rituális tisztátalanságot jelöli – itt a szokásrendszer értelmében használatos) az alsótest tisztátalan, a felsőtest tiszta, ennek értelmében határozottan és rengeteg szabály által különíti el az alsótesttel kapcsolatos szokásokat a felsőtesttel kapcsolatosaktól. (Ugyanennek a logikának megfelelően a külső test rituálisan tisztátalan a belső test tisztaságával szemben, a roma nő tisztátalan a roma férfival szemben.) Ennek okán a *marhime* tiltja például a női ruha viseletét, ami összekeverné az alsó- és felsőtestet: a rituálisan tiszta felsőtesten kell áthúzni a tisztátalannak számító, alsó testet érintett szoknyarészt; a roma nők tradicionális értelemben tehát csak szoknyát meg blúzt hordhatnak.

Természetesen konzervativizmusnak (és túlzásnak) minősülne elvárni egy divatbemutatótól, hogy mereven ragaszkodjon a múlt immár anakronisztikussá vált szokásrendszeréhez, elvégre éppen ebből a zárt rendszerből szándékszik kitörni, a modernitáshoz csatlakozván, a haladás jegyében igyekszik felzárkózni a többségi kultúra mellé. Tradicionális értelemben „tisztátalannak” számítana már a roma nő szereplése is egy divatbemutatón (azaz közszemlére téve), és nyilván ruha is akad bőven a kol-

lekció kreációi között, hiszen a divatnak az a célja, hogy öltöztessen. Viszont éppen ezért nem volna szabad túlhangsúlyozni a hagyományörzést a koncepció szintjén: mivel a hagyományok továbbéltetése nem lehet csupán beszédaktus által megvalósuló. „A hagyományaink őriznek minket” – fogalmazza meg találóan Bari Károly cigány költő és etnográfus. És e tényről ebben az esetben sem lehet eltekinteni, nem lehet pusztán beszédaktus által kitörni azokból a szabályokból, amelyeket az évszázadok rendszerezítettek, anélkül, hogy más csoporton belüli szabályok is sérülnének, anélkül, hogy bizonyos működő szokásrendszer borulna. De lehetséges az is, hogy a kollekció bizonyos darabjai eleve a csoporton belülieket célozzák, más ruhakreációi pedig eleve a többségi társadalom számára készültek – az emlékeztetés erejével.

A kontextus árnyéka

■ Véleményem szerint tehát Magyarország első roma divatkollekciója nem annyira a pusztán hagyományörzésről szól, mely szerepre általában nem is lehet alkalmas – hanem sokkal inkább a jelzésértékű, felismerhető *etnikus jelenlétről*: és ez a tulajdonsága politikai felmutatásra alkalmassá teszi, akár számolnak vele az alkotók, akár nem. Mindez persze a kontextustól is függ, azaz a bemutatott kollekció helyszínétől. Gondoljunk csak végig: egy nagyvárosi divatház eleve a felsőbb társadalmi rétegeket célozza meg – a magyarországi cigányokat eleve a jóléti réteghez tartozónak sugallja valamiképpen.

A márkát a legrepresentatívabb, legközpontibb helyeken mutatták be: az első, 2010-es júliusi divatbemutatót a Gödörben (a Bánkító Fesztivál támogatásában) az őszi újabb követte, ezúttal az Iparművészeti Múzeum keretében – és patronálásával. Ez utóbbi divatbemutatóhoz egész kiállítás kapcsolódott, és immár más divattervezők átértelmezett cigány motívumokat felhasználó divattermekei is részt vettek a showban – melyek a Romani Divat Stúdióinak az Amaro Trajo „Életünk” Roma Kultúráért Alapítvánnyal közös *Élő tradíció* című, kétfordulós divattervezői-iparművészeti pályázatára érkeztek be.

Innen a siker útja egyenesen a Terror Házába vezetett, bár érthetetlen módon, hiszen talán mondjuk a Néprajzi Múzeum alkalmasabb lett volna az agyonhangoztatott koncepciójú, hagyományörző esemény befogadásához: ha azt valóban hagyományörzőnek tartják. A Terror Háza a késő őszi divatbemutató köré ugyancsak kiállítást szervezett, a cigányok egyéb használati eszközeit is megismertetendő a szélesebb közönséggel, *Egymásnak ítélve* címmel, *Kortárs Romani Design – Cigány identitás a 21. században* alcímmel: a kiállítás október közepétől január elejéig volt megtekinthető. Már a cím is problematikus – az „egymásnak ítéltség” azt a fajta predesztinációt sejteti, amely eleve inkább valamiféle büntetéssel határos: tekintve az *ítél* ige származékának, az *ítélve* folyamatos állapotathatározói igénévnek a jogi színezetét. Egy ilyen cím *kényszerű* összeláncoltságot, illetve ennek az elfogadását hangsúlyozza, s talán anélkül, hogy mindez tudatosodna a címadókban, parlagian szólva azt mondja ki: ez van, ezt kell szeretni.

Mindezen tényeket figyelembe véve, elmondhatjuk, hogy a Romani Design kezdetben főleg iparművészeti-esztétikai célokat (legalábbis ténylegesen azt) szolgáló kollekciója átlépett egy másik szemantikai mezőbe: éspedig a politikuméba. A pusztá divat-tény körüli nagy csinnadratta ugyanis elgondolkodtató: nem túl délibabos-e a fenomén, nem fest-e hamis képet a magyarországi cigányok (kortárs) helyzetéről? Nem kapaszkodott-e bele kissé túlságosan a politikum, egészen másféle tartalmak reprezentációját célozva a divatház jelenlétével? És ennek egyenes következményeképpen nem változott-e meg útközben az eredeti mondánivaló, nem alakult-e el az interkulturális párbeszéd?

Nagyon sok múlik tehát az interkulturális kommunikáció kontextusán: ebben az esetben a divatbemutató színpadának „fekvésén”, a kiállítótér „megvilágításán”. Ugyanis a Romani Design kollekció *ready-made* kifejeződése, materializálódott bizonyítéka annak, hogy Magyarországon a cigányoknak igencsak jó dolguk van – ami pedig általában véve távolról sem igaz. Statisztika-

ilag szólva vagy még inkább kérdezve: megengedhetik-e a maguknak *általában* a csoporton belüliek, hogy a roma divatház kreációi „kiszolgálják igényeiket” – mint ahogy az a koncepcióban oly gyakran hangoztatott? Azaz: fenntarthat-e a divatház saját csoporthoz tartozó, lehetőség szerint masszív vásárlóréteget is? A Romani Design márka ebben az értelemben ugyanis inkább szolgál valamiféle felmutatásként, legalábbis „utóéletét” tekintve – és, bár ingoványos területre tévedtünk ezzel a kijelentéssel, mintha nem annyira a tradíció őrzése lenne fontos, hanem a társadalmi-kulturális reprezentáció: annak felmutatása, hogy lám, Magyarországon a cigányoknak saját divatházuk van.

Összehasonlítva a Romani Design körüli szenzációt más országok divatházainak alkalmankénti nomád kollekcióival például – olyan haladó országokéval, ahol a divat teret hódíthatott –, megállapíthatjuk, hogy a roma motívumokat *abszorbeált* kollekcióknak nem volt célja agyonhangoztatni a roma attribútumot, mint ahogy mondjuk adott esetben a nőknek készült tengerparti dzsellabaviselet arab eredetét sem kellett speciálisan kihangsúlyozni. Hogy csak egyetlen példát hozzak milderre: az milánói Etro ciklikusan visszatérő multikulti nomád kollekciói esetében sosem volt szükség annak bizonygatására, hogy lám, mi tiszteljük annyira a roma kultúrát, hogy az ő öltözet-elemeik inspirálják öltözködésünket: mint-hogy az értelmezésnek nem a negatív érték-tartományból kellett felküzdenie magát a modern jelen dicső *kortárs* attribútumáig. Ott valóban a másság elemeivel való játékos iparművészeti „zsonglörözés” volt előtérben, egyszóval: a művészeti alkotás maga – habár ugyanazokat a kendőingeket például, amelyeket most a Romani Design roma szenzációként hoz, már a hetvenes években is megtalálhattuk a külföldi divatlapokban.

Mindeme felsorakoztatott tény mellett természetesen igen dicséretes a Romani Design márka létrejötte, és elismerés jár mind az alkotóknak, akik létrehívták, mind azoknak az alapítványoknak, amelyek a megálmodott kollekció útját egyengették a kezdetektől fogva. De mindettől függetlenül szük-

séges kimondani: a jelenség nem fedi le napjaink magyarországi cigány valóságát. A diszkrépancia messziről lerí: nem lehet egy nemes, de igencsak politikus gesztussal beemelni a cigányokat a felső tízezerbe, vagy egy felmutatás-szerű aktus keretében *lekortársozni*, miközben javában dűl a cigányozás, a szegregáció. Mindez, megkockázatom, elsősorban a külföldi szemet célozza (ami részben be is jön, a Romani Divat Stú-

dió messzi külföldre is szállítja a márkáját, ami egyébként szintén dicséretes), mint ahogy a Várból leereszkedő turista is a szépen kivilágított Lánchídra, az elegáns Roosevelttérre és környékére, a pompás hajóétermekre, fényesen elegáns szállodákra lát rá: a nagy magyar luxusra, amelyben a tavaszi szél vizet áraszt, a magyar folklór hagyományainak megfelelően.

Kali Kinga

