

# Városok versenye <sup>\*</sup>

Korunk urbanisztikájának kihívásai

Budapestnek már most temérdek látható és láthatatlan versenytársa van szerte Európában. A színpad mögött öldöklő verseny folyik a megrendezvények jogának megszerzéséért, valamint emblemikus (kulturális) létesítmények megtelepítéséért. Minden aspiráns igyekszik jellegzetessé, összecserélhetetlenné tennie magát, és ennek megfelelően bőséggel áldoz a közfigyelemért. Bátor és kreatív projektek kellenek tehát a nagyvárosok sikeres fejlesztéséhez: olyanok, amelyek „lenyomatot” hagynak nemcsak a város szövetén, de a nemzetközi turizmus térképén is. Budapest versenytársai közül már jónéhánynak sikerült felépítenie és „eladnia” arculatát.

A városépítéssel évtizedekig tartó háttérbe szorulása után reneszánszát éli a fejlett világban. Annak, hogy a nyolcvanas évekre ismét divatba jött, több oka van. Az egyik a világ nagyvárosai közötti erősödő verseny. A tét a globális pénzügyi, szórakoztató és fogyasztási szerepkör erősítése. Ennek során számos város vezetői felfedezték, hogy a városépítészet megfelelő eszköz lehet a cél elérésében, hiszen a városképzés, az arculat vagy imázs javítása összeköthető a gazdasági fejlődéssel. A városi látványosságok szervezése, illetve manipulációja a tőke és a „kívánatos” társadalmi osztályok vonzásának eszközévé vált.

A nemzetközi referencia megszerzésének ma már szinte egyedüli módja annak bizonyítása, hogy az adott város képes jelentős látványos rendezvényeket vonzani – például olimpiát, Forma-1-es nagydíjat, világkiállítást, csúcserkezeteket és kongresszusokat, divat show-kat, művészeti fesztiválokat. Ezen kívül a sikeres városoknak igazi – történelmi és kortárs – egyéniségekre, híres karmesterekre, írókra, képzőművészekre, sportolókra is szükségük van ahhoz, hogy felépítsék, megváltoztassák és „eladják” imázsukat. Kertész Imre Nobel díja felért egy jobb hitelbesorolással.

## A nagyvárosok fejlődésének sajátosságai

A posztmodern korszak építészete olyan terekre koncentrálna, mint a repülőterek, konferencia-központok és irodaházak. A városépítészet reakciója pedig a szervezett látványosság, befelé forduló mikrovilágokkal, pszeudo-közterületekkel, illetve terekkel, amelyek közös jellemzője a hagyományos utca gazdag hangulatának szimulációja, a centralitás nélküli változatosság, a tervezett áramlatok, valamint a minden áron emlékeztetességre való törekvés.

Mindezek során a városi térből áru lesz, amit fogyasztani lehet. A (város)építészet fő funkciója a csábítás és az elbűvölés. Kialakul a középosztálybeli tömegek fogyasztói turizmusa, valamint egy újszerű virtuális turizmus. Lefébre markánsan mutat rá a lényegre: míg az ipari kapitalizmus korában a különféle árucikkek áramlottak az emberekhez, korunk tömegturizmusa az embereket áramoltatja a különféle történelmi, vagy természeti helyek és terek között. A turizmus az ezredfordulóra az egyik legnagyobb (legális) globális üzletté vált.

A posztmodern város mindinkább elveszíti régi hagyományos értelemben vett városszerkezetét, és egyre inkább tematikus parkok gyűjteményévé válik olyan témákkal, mint a szórakoztató parkok, az üzleti és ipari parkok, a védett,

A Várostudás Kollégium előadásának szerkesztett változata.

zárt privát lakótelepek, a nyugdíjas közösségek, a bevásárló központok, az út menti lineáris kereskedelmi zónák, az újrahasznosított, általában vízparti vendéglátásra orientált létesítmények, a telepszerű, campus-jellegű létesítmények és a megaprojektek. A tematikus parkok sok típusa fellelhető: kicsik és nagyok, tervezettek és spontán módon létrejöttek. Lényegük a sajátos atmoszférájú, befelé forduló, többé-kevésbé zárt világ, valamint sok esetben – különösen a tervezett parkok esetében – a mindenáron emlékeztettségre való törekvés.

## Az információs város

A világot egyre inkább behálózó, üvegszálkábelek alkotta információs országút olyan mértékben alakítja át a tér-idő összefüggéseket, hogy életünk egyszer s mindenkorra alaposan megváltozik. Ami Haussmann báró idején az új sugaras úthálózat kiépítése volt Párizs középkori szerkezetének felszámolásával, vagy a múlt századi vasútépítés okozta távolságrövidülés a sínszálaknak és a gőzvontatásnak köszönhetően, az ma hihetetlen gyorsasággal, csendesen és sokak számára észrevétlenül zajlik a telekommunikációs forradalomban.

A hagyományos infrastruktúrákkal ellentétben a telekommunikációs hálózatok fejlesztésének különös sajátosságai, hogy nagyrészt vagy teljesen láthatatlanok a városok polgárai számára, helyigényük igen csekély, valamint a klasszikus értelemben sohasem válnak mindenki számára elérhető közművekké. Sok hálózat lényege, hogy a társadalom

bizonyos rétegeit kirekeszti a hordozott információból. A várospolitikai és a várostervezők mind ez ideig nem szenteltek elegendő figyelmet ennek a területnek, pedig a memóriakapacitás és a képernyőtér egyre inkább olyan értékke válik, mint a telek és az ingatlan.

A város és a telekommunikáció számtalan módon kölcsönhatásba kerül egymással: egyrészt tovább erősíti a fejlett nagyvárosok központi szerepét, másrészt elősegíti bizonyos tevékenységek decentralizációját. A fizikai áramlatok egy részét áttereli az elektronikus hálózatokra, bizonyos terek és szolgáltatások használatát ellenőrzés alá vonja, némely területen további igényeket gerjeszt, valamint további akadályokat hárít el a városnövekedés elől.

A városi sűrűsödésre egy sor olyan tevékenységnek, melyeket nem lehet áramlatokba transzformálni, továbbra is feltétlen szüksége van. Ilyenek a specializált oktatási intézmények és termelési központok, a rekreációs területek, valamint speciális szemtől-szembe találkozások. Megjelennek a tele-közösségi házak, amelyek az esélyegyenlőséget próbálják biztosítani, mint például Manchesterben, Edinburghban. Megjelennek az internet-kávéházak, az intelligens épületek, a virtuális egyetemi campusok, tehát a távtanulás, mint például Antwerpenben, Barcelonában, Stockholmban. Megjelenik a televásárlás, a tele-banking és a tele-szórakozás.

A város fizikai és elektronikus terei egyaránt újraértelmeződnek. Míg a városi (fizikai) helyek társadalmi tagoltsága általában jól érthető, addig az elektronikus tere-

ké – ahol a földrajzi elhelyezkedésnek nincs már semmi szerepe – sokkal kevésbé. Az otthon és a munkahely, a magán és a köz, valamint a fizikai és elektronikus közötti határok egyre inkább elmosódnak. A hatalommal rendelkező csoportok a telekommunikáció segítségével a városi tér és használata felett növekvő ellenőrzést gyakorolnak, míg új fizikai és elektronikus gettók jönnek létre a marginalizált, a szegény és a deprivált háztartások számára.

## A kulturális gazdaság és a kreatív helyek

A 21. század sikeres nagyvárosainak kulcsszava a minőség lesz: szolgáltatásokban, életmódban és kultúrában egyaránt. Ugyanakkor a korszak gazdasági és kulturális értelemben meghatározó urbánus központjai azok a nagyvárosi régiók lesznek, amelyek az úgynevezett „kreatív hely” tulajdonsággal jellemezhetőek. Ilyennek számítanak jelenleg többek között: Los Angeles, a Szilíciumvölgy, Ottawa környéke, Párizs régiója, vagy Lombardia térsége.

Természetesen egy kreatív hely kialakulása több feltétel szeren-

csés egybeesésének köszönhető: ezek között szerepelnek a kulturális hagyományok – az őslakóké és a bevándoroltaké egyaránt –, a kedvező regionális gazdasági kontextus, a hely intenzív bekapcsolódása a globális infrastruktúrahálózatokba. Emellett fontos a helyi hálózatok gazdagsága – vagyis a szemtől-szembe találkozásnak kedvező urbánus tereké és intézményeké; a kávéházaké, a korzóké, a kiállítótermeké, az egyetemeké –, valamint az úgynevezett idegen elem jelenléte.

A kulturális gazdaság a nagyvárosi régiók egy sajátos gazdasági klasztere, az új posztindusztriális gazdaság egyik legdinamikusabban fejlődő, a piacgazdaságba egyre mélyebben beépülő jellegzetes eleme. Természetéből fakadóan igényli a városi koncentrációt, illetve miliót, valamint a kis- és középméretű vállalkozások rugalmas hálózatát, beleértve a fejlett IT-hálózatokat és az együttműködési kultúrát. Rése a tudásalapú gazdaságnak, ahol a termékek egy részének fogyasztását és árát nem hasznossági, hanem kulturális szempontok határozzák meg. A kultúra, mint üzlet az egyik vezető szektora a posztfordista gazdasági fordulat-



nak, és alapja számtalan nagyváros megújulási folyamatának.

A kulturális iparágak magukba foglalják a divat, a bútor, lakberendezés, a személygépkocsi, a reklám, a könyvkiadás, a zene, a film, az építéset, a vendéglátás és a turizmussal összefüggő termékek és szolgáltatások teljes skáláját, illetve vertikumát. A jelenség természetesen igen sokszínű, de a tematizálódás folyamata már jól megfigyelhető globális léptékben: London például a színházak városaként említhető, míg Hollywoodra a mozi fővárosaként gondolunk, Lombardia a formatervezés központja – Olaszország általában véve is ékszer- és lábbeli divat-nagyhatalom –, Los Angeles a kozmetikai sebészet központjának lép elő, de ide sorolható a legutóbbi időben megjelenő brazil luxusfogyasztási cikkek megjelenése is.

A kulturális gazdaság erősen helyfüggő, és szervesen táplálkozik a helyi hagyományokból. Lombardiában, Milánó környezetében például a Szaléziánus rend 400 éve oktatja az egyszerű embereket a minőségi, igényes kézműves munkára. A kulturális gazdaság különösen igényes a városi társadalom minőségére. A városok versenyképességéhez pedig jelentősen hozzájárul azáltal, hogy egyedi termékeket állít elő, a kölcsönös tanulás, szinergia, kreativitás, innováció iránti igényével kvalifikált munkaerőt hoz létre, valamint más fejlett gazdasági ágakat is vonz. Egyrészt közvetlenül – például a turizmust –, másrészt az életminőségen keresztül közvetve, például az üzleti szolgáltatásokat. A kulturális gazdaság szerves kapcsos-

latban van egy másik, jelentőségében növekvő szektorral az úgynevezett szabadidő gazdasággal, melynek részei a helyi rekreáció, a turizmus és a szórakoztatóipar.

## Budapest esélyei

Érdekes felfedezni Budapest nagyszerű örökségében, hogy a tematikus park egyáltalán nem új jelenség. A főváros rendelkezik néhány figyelemreméltó pozitív előképpel, mint például a Wekerle-telep (lakópark), vagy a milleniumi együttes a Városligetben (szórakoztató park), de a gyalogos Váci utca exkluzív üzleteivel is egyre inkább egyfajta (nem feltétlenül pozitív) tematikus park. E hagyományok méltó folytatója a Millenáris Park. Budapest kulturális öröksége, illetve kulturális lehetőségei kiválóak. Amellett, hogy az új gazdaság egyik legígéretesebb ágának, a kulturális és a szabadidő gazdaság klaszter-jellegű fejlesztésének komoly szerepe lehet a főváros gazdasági versenyképességének növelésében, egy lassan formálódó jövőkép, illetve fejlesztési stratégiai meghatározó eleme is lehet.

A város minden időben a kultúra foglalat, kultúrát pedig feltalálni nem, csupán folytatni lehet. Természetesen egy nagyvárost sokfajta kultúra kölcsönhatása alakítja. Ha ránézünk Budapestre, és azt mondjuk: nem tetszik nekünk valamelyik része, vagy úgy egészben, akkor tulajdonképpen azt mondjuk, hogy nem tetszik az a kultúra, ami alakította, illetve alakítja. Jó lenne, ha fővárosunkat igazán szeretnék lakói, és a várost az optimizmus, a kedvesség és az egymással törődés kultúrája alakítaná. E tényezőknek

talán még nagyobb a szerepük úgy az életminőség, mint a gazdasági versenyképesség fejlesztésében, mint a hagyományos „műszaki” tényezőknek.

Hamvas Béla szerint az öt (európai) géniusz „a ködös észak”, „a mediterrán dél”, „kelet sztyeppei”, „a polgárosodott nyugat” és „Erdély”. Magyarország – szerinte – attól különleges hely, hogy minden pontján egyszerre van jelen mind az öt primer komponens, csak más-más arányban. Mindez persze az időben is vál-



tozhat. Önökre bízom, hogy a mi Budapestünk géniuszában jelenleg melyik alkotórész dominál.

Budapestnek már most témerek látható és láthatatlan versenytársa van szerte Európában. A színpalak mögött öldöklő verseny folyik a megarendezvények jogának megszerzéséért, valamint emblemikus (kulturális) létesítmények megtelepítéséért. Minden aspiráns igyekszik jellegzetessé, összecserélhetetlenné tennie magát, és ennek megfelelően bőséggel áldoz a köz-

figyelemért. Glasgow – egy látványos városrehabilitációs program betetőzéseként – 1999-ben „az építéset és a formatervezés fővárosa” volt. Tavaly Graz volt „Európa kulturális fővárosa”, idén pedig Genova, az olimpiát sikeresen megrendező, Gaudi és Cerda Barcelonája pedig nemzetközi kulturális fórumnak adott otthont. De a versenyben az európai városrangsorban harmadrangúnak számító városok is jelentkeznek: a 680 ezer lakosú Wroclaw például a 2010-es vilákiállításra pályázik. A korábban gaz-

dasági depresszióval és terrorista merényletekkel sújtott Bilbao Frank O. Gehry sztárépítéset szerződtetve néhány éve Guggenheim múzeumot épített, amely mára már több, mint egymillió turistát vonz évente. Bátor és kreatív projektek (is) kellenek tehát a nagyvárosok sikeres fejlesztéséhez: olyanok, amelyek „lenyomatot” hagynak nemcsak a város szövetén, de a nemzetközi

turizmus térképén is. Meglepőnek tűnhet azoknak az attrakcióknak a sora, amelyek ezt Budapesttel valamilyen mértékben megteszik: a Sziget, a Száztagú Cigányzenekar, a Kommunista Szoborpark, a Terror Háza, a Millenáris Park, a Budapesti Tavasz Fesztivál és az Ecseri piac. Egyelőre nem több.

Budapest versenytársai közül már jó néhánynak sikerült felépítenie és „eladnia” arculatát. Bécs a szecesszióra épített, mely témá-

ba komplex módon belefoglalta az építészetet, a képzőművészetet és a zenét (utóbbit az operettől az operabálig). A császárváros mindent városépítészeti rekonstrukcióval nyomatékosította. Kisebb léptékben Salzburg is sikeresen épített a Mozart-kultuszra, a zenei fesztiváltól a bonbonig. Prága a cseh irodalom klasszikusaira, „játszik rá” sikeresen, a városarculatot középkori skanzen jelleggel alakította. A Budapesz-mítosz még várat magára, pedig van miből „gyúmi”. Ha Bécsből „csenne”, jobb kiadású szecessziós város lehetne, gondoljunk csak Lechner Ödönre, Róth Miksára, Kós Károlyra, Csontváryra, vagy a Zsolnay-porcelánra. Kiválóan építhet a zenére is – Liszt, Bartók, Kodály, Dohnányi minden nehézség nélkül „értékesíthető”, beleértve a népzene, a komolyzene, az operett, a cigányzene és a kortárs könnyűzene, illetve a dzsessz. A páratlan magyar zenepedagógiában pedig ott van a Kodály-módszer! Az is valóságos csoda, hogy Budapesten egymással párhuzamosan közel egytucatnyi építészeti hagyomány alakult ki a pasaréti Bauhaus-tól a belvárosi szecessziós palotákig át Kós Károly budai, kispesti és állatkerti munkásságáig. Kínálja még magát – nem feltétlenül mai állapotában – az oktatás, a szakoktatás és az egyetemi képzés is. Az „egyetemi város” tematika lehetővé tenné, hogy a délkelet-európai országok leendő elitjének képzőhelye legyünk. Egyes szakírók szerint egzotikumánál fogva még a századfordulós szegénység is „értékes”, illetve érdekes lehet a nemzetközi turizmus szemszögéből.

Budapestnek azonban Béccsel és Prágával szemben egyik komoly hátránya, hogy nem „gyalogosváros”. Riválisai pedig azok. Nem-

csak léptéküknél fogva, hanem kiterjedtebb gyalogosövezetekkel és fejlettebb szolgáltatási színvonalú tömegközlekedéssel rendelkeznek. Ne felejtjük el, hogy egy város megismerése, felfedezése – hasonlóan a kisüzletekben történő vásárláshoz – alapvetően gyalogostevékenység. Ahhoz, hogy ne maradjon le a versenyben, Budapestnek komoly fejlesztési forrásokat kell fordítania a közeljövőben egyrészt a közúthálózat még hiányzó elemeinek megépítésére, másrészt a tömegközlekedés korszerűsítésére, illetve továbbfejlesztésére. E kettő adhatja lehetőséget további közösségi területek forgalomcsillapítására, illetve gyalogosítására.

## Történelmi városrészek

Ha mikroléptékben is, de bizonyos tematikus sűrűsödések elkezdtek spontán kialakulni az elmúlt évtizedben, a belső, elsősorban kereskedelmi városrészek területfelhasználásában. Ilyen például a Belvárosban a Falk Miksa utca és környéke, amely műkincs-kereskedelem és az ehhez tartozó festményárverések központjává vált. A környéken tucatnyi, ma már patinás nevű magángaléria, valamint régiség/műtárgy kereskedés található, amelyeket előszeretettel keresnek fel a hazai elit mellett a tehetősebb külföldi turisták is. Hasonló sűrűsödés figyelhető meg a használt könyvek kereskedelmében is: a Múzeum körút és környéke számos antikváriumot kínál a bibliofil kincskeresőknek. Spontán előképek, majd lassú, de tudatos fejlesztés eredményeképpen itt említhető még a Nagymező utca és néhány száz méteres környezetében kialakuló „színhá-

zi-szórakoztató vigalmi negyed” is, beleértve a Liszt Ferenc tér-Jókai tér övezetét.

Az innovatív projektek szerepéről szólva az új – vagyis az adottságokat előnyre formáló – gondolkodásmód jó példája lehetne a Józsefváros belső területének átformálása. Ahelyett, hogy a városrész a rendőrség és a térfigyelő kamerák segítségével a legigénytelenebb prostitúció fantomjával küzd, félretéve a nyárs-polgári előítéleteket előnyre formálhatná a kínos hagyományt. A londoni Soho, az amszterdami belváros, vagy a sydney-i Kings Cross különleges – nemcsak „vigalmi igényeket” kiszolgáló – idegenforgalmi vonzeróval bír, afféle „pozitív gettó”, átlátható helyzettel és virágzó turizmussal. Aki nek ez nem tetszik a helyi lakosok közül, az sem jár rosszul: korábban elértéktelenedett ingatlanja hamarosan a sokszorosát fogja érni, amelyből másutt kényelmesen megoldhatja lakásgondjait. A hátrányok előnyre formálása nagyobb léptékben is megkísérelhető: a szegregáció, a „gettósodás” okos várospolitikát követve hallatlan érték is lehet. A régi pesti zsidónegyed – a Dob utca, Kazinczy utca, Síp utca és Dohány utca egybefüggő térsége – ma is páratlan kulturális és civilizációs érték, amely – bár nemrégiben az Andrássy úttal együtt felkerült az UNESCO Világörökség listájára – mostanáig paragon hever az idegenforgalom szempontjából. (A prágai zsidónegyed kisebb.) A budapesti abban is egyedi, hogy szemben Európa többi tradicionális zsidónegyedével, az egykori gettó területén működik a mai zsidóság intézményeinek jó része, beleértve a hitéletet, a kul-

turális rendezvényeket, a kóser vendéglátást és a zsidó kultúrához kapcsolódó kiskereskedelmet is. Tudatos fejlesztéssel a budapesti „Jewish Town” a maga etnokulturális világával a főváros egyik büszkesége lehetne, s ez a metamorfózis a történelmi sebek begyógyításában is segítené. S mint ahogy mára a „China Town” attrakciója is szinte kötelező látványossága már egy nagyvárosnak, fontolóra lehetne venni egy „pozitív skanzenként” funkcionáló „Gipsy Town” létrehozását is, a világszerte érdeklődést keltő cigány folklorra és muzsikára alapozva. De lehetne koncentrálni az olyan (városi) rekreációs lehetőségekre, amelyet a páratlan Duna-part kínálhat, gondoljunk csak a Hajógyári-szigeten spontán kialakuló miliőre.

Budapestnek civilizációsan kell kitalálnia önmagát, a maga kulturális-civilizációs imázsát, amely nélkül a nagyvárosok versenyében nem lesz képes felkerülni a tőke, a kultúra, a turizmus és a befektetések világtérképére. Úgy tűnik, hogy a kultúra, a kulturális gazdaság adottságainknál fogva az egyik nagy lehetősége Budapestnek és közvetlen környezetének. Azon belül is a vizuális/látványipar és a zene emelkedhet ki sajátos „vezér-tematikaként”, amelyre sikeresen lehet építeni egy versenyképes imázzst, az arra épülő komplex fejlesztési stratégiával, valamint az abból következő helymarketing akciókkal és fejlesztési projektekkel.

*Dr. Lukovich Tamás,*  
a Magyar Urbanisztikai  
Társaság alelnöke

A rovatot szerkesztette:

*Sámson Anita*  
és Záborszky Klára