

Supernova- principen

Pär Eliaeson

En av de mest seglivade myterna i dagens diskussion kring bostadsfrågan och stadsutveckling är att priserna på bostadsrättslägenheter skulle vara kopplade till absoluta stadskvaliteter, att ett högt pris på bostadsrätter indikerar att den del av staden som lägenheterna finns i skulle vara särskilt väl fungerande som stad. "Attraktivitet" är nyckelbegreppet, ett begrepp som kopplas till de marknadspriser som bostadsrätter lyder under. Högt pris är attraktivt, stigande priser är ökande attraktivitet. Attraktiviteten kopplas också till olika stadstyper (stenstad, modern stad etc) för att leda i bevis att olika stadstyper har olika och individuell attraktivitet.

Detta instrumentella och ekonomistiska synsätt på staden hör naturligtvis ihop med det utpräglat kapitalistiska och nyliberala allmänpolitiska paradig som verkat i Sverige under några decennier. En stark tro på marknaden och den kommersiella konkurrensen som drivkraft i samhället stödjer föreställningar om att även kulturella aspekter går att förklara i ekonomistiska och abstrakt mate-

matiska former. Denna tankemodell lämpar sig utomordentligt illa som analysinstrument för staden och dess utveckling, eftersom staden är bland de mest komplexa och motsägelsefulla entiteterna i vårt samhälle. Stadens kvaliteter och dess utveckling låter sig inte reduceras till enkla och linjära samband i rationella recept som föreskriver slutgiltiga och allomfattande lösningar för staden.

Attraktivitets-principen – om vi kallar den så – söker ett sådant förenklat svar på stadens komplexa utveckling. För att förstå attraktivitets-principen måste vi förstå begreppet attraktivitet. I det aktuella fallet är den likställd med marknadsvärdet på bostadsrättslägenheter, vad marknaden för bostadsrätter ger för ekonomiska värden. Här uppstår det första problemet för attraktivitets-principens ambitioner som rationell och entydig förklaringsmodell: något mer irrationellt och mångtydigt än den ekonomistiska Marknaden finns knappt, det vet vi sedan länge. Det mänskligt psykologiska kaos som Marknaden utgör är svårligen en källa till enkla och lättfattliga analyser och slutsatser.

Dessutom: om marknaden för bostadsrätter skall kunna återspegla samhällets värdering behöver denna marknad och hur den är uppbyggd och representerade vara relevant för samhället i allmänhet. Det är den inte. Marknaden för bostadsrätter består av samhällets mer ekonomiskt framstående individer, klassvis uppdelade företrädesvis medelklass och övre medelklass. Att hävda att denna sektor av samhällets värdering kan representera hela samhällets värdering är attraktivitets-principen andra stora allvarliga brist.

Alltså: den attraktivitet som fås ur värderingen av bostadsrättslägenheter är det värde som samhällets mer ekonomiskt välbeställda genererar. De preferenser och livsprioriteringar som en relativt smal sektor av samhället har. Att bygga stad med denna smala och reducerade grundval är i ett långt perspektiv katastrofalt för stadens kvaliteter.

Färgfabriksgatan, Kvillebäcken, Göteborg

Foto: Pär Eliaeson



I själva verket är det som kallas attraktivitet – Marknadens höga och ökande värdering av bostadsrättslägenheter – ett tecken på stadens förestående död. Vad som händer med staden i den ökande attraktiviteten är att staden (långsamt) utarmas på de kvaliteter som uppfattas som attraktiva. Attraktiviteten åter upp sig själv inifrån.

När vi ser marknadsvärdet på bostadsrättslägenheter i en stadsdel skjuta i höjden, när vi ser marknaden "överhettas" och "explodera" – för att tala i mäklarprosa – är det inte en utveckling som vi bör vara stolta över eller glädja oss åt. Det vi ser är en Supernova, en stjärnas död. Den storslagna och uttrycksfulla fas som från avstånd och ytligt sett är fantastisk och positiv, men som i själva verket är fullständigt ödeläggande på ett överväldigande sätt. Ökande bostadsrättspriser är en varningssignal om att staden är döende.

Det som den heliga Marknaden baserar sin "attraktivitet" på är stadens mångfald och komplexitet; socialt, ekonomiskt och estetiskt. Vi vill ta del av en stad som är tillgänglig för en mångfald av människor med olika ekonomiska, sociala och estetiska förutsättningar och preferenser. En smal marknadsorientering utifrån en mindre del av samhällets preferenser ger för stadens utveckling en ökad likriktning och en stegrad exklusivitet, totalt kontraproduktivt för en komplex, mångfacetterad och hållbar stad.

Det är också mycket betydelsefullt på vilket sätt staden ägs. En ökande andel av bostadsrättsföreningar som ägare av stadens fastigheter ger en minskande andel av professionellt kunniga fastighetsägare. Att detta kan ge uppenbara effekter socialt, fastighetstekniskt, kulturhistoriskt och arkitektoniskt är dagligen tydligt att se när man med kritisk blick vandrar runt i staden.

Fastighetsägande är en professionell och komplex verksamhet som samhället bör se

allvarligt på ur alla aspekter. En utveckling som innebär en avprofessionalisering och ett kvalitetsutarmande i fastighetsägandet är en allvarlig sak för staden och samhället, något som behöver behandlas och prioriteras samhällets övergripande utveckling.

Och hur motverka Supernova-principen?

Betrakta stadsutveckling på ett mer mångfacetterat sätt än ur en reducerad marknadsorienterad position, med en bredare och djupare samhällsrepresentation. Beakta hur stadens kvaliteter genereras och upprätthålls, de skapas inte bara med reducerade marknadsorienterade förtecken. Staden är inte bara handel. Den kan också vara frihet från handel. I vilka delar av staden finns denna frihet?

Tillgängligheten till det offentliga rummet bör inte villkoras med att man konsumerar. Det är viktigt att vi ser till att staden ägs och förvaltas på en mångfald av sätt, med en mångfald av ekonomiska och sociala incitament.

Konkret: välj att bosätta dig och verka i de delar av staden som inte är "attraktiva", där är staden som bäst. ■



Gustaf Daléngsgatan, Kvillebäcken,
Göteborg

Nästa uppslag:
Färgfabriksgränd, Kvillebäcken, Göteborg
Urban front
Foto: Pär Eliaeson