

KRYSTYNA PAPRZYCA*

ATTRACTIVENESS OF THE MANHATTAN DISTRICT

ATRAKCYJNOŚĆ DZIELNICY MANHATTAN

Abstract

The urban space in today's world has become, in many cities, "rootless" and "alienated". "Non-places are all those spaces, which are the antithesis of home, domesticated space, well-oriented, almost temple-like, personalized, with their own history and accumulated memory. In the space of home people had names and surnames, had well-defined identities" [20, p. 10]. "Impersonal lone crowd" [12] in public spaces leads to a dangerous phenomenon of creation of closed-off enclaves of people who have interactions only within them and control one another. It leads to fear of new challenges, emotions, passions, social life. It also paves the way for depopulation of cities and lack of eagerness to live in them, because cities become less interesting. The phenomenon of "attractiveness of cities" and city space pertains to identity and social distinctiveness of places, friendly neighborhood, good access to communication and shopping, services, culture and recreation. This characterizes Manhattan – the New York district that never sleeps. It is vibrant with life and energy, with an infectious atmosphere, thereby rendering it one of the most attractive in the world. The emotions that it evokes forever inscribe themselves in our memory.

Keywords: attractiveness, competitiveness, functional and spatial diversity, variety, "living" places

Streszczenie

Dzisiejsza przestrzeń miejska w wielu miastach stała się przestrzenią „wykorzenioną” i „wyobcowaną”. „Nie-miejsca to wszystkie te przestrzenie, które są antytezą domu, przestrzeni oswojonej, zorientowanej, niemal jak świątynie, spersonalizowanej, mającej swoją historię i nagromadzoną pamięć. W przestrzeni domowej ludzie mieli imiona i nazwiska, posiadali dobrze zdefiniowane tożsamości” [20, s. 10]. „Bezosołowy samotny tłum” [12] w przestrzeniach publicznych prowadzi do niebezpiecznego zjawiska powstawania zamkniętych enklaw ludzi, którzy się kontaktują i znają tylko we własnym gronie i nawzajem się kontrolują. Jego konsekwencją jest strach przed nowymi wyzwaniami, emocjami, namiętnościami, życiem towarzyskim. Doprowadza również do wyludniania miast, ludzie nie wykazują chęci zamieszkania w nich, ponieważ miasta stają się mało atrakcyjne. W zjawisku „atrakcyjności” miast, przestrzeni miejskich chodzi o tożsamości i wyrazistość przestrzenną miejsca, przyjazne sąsiedztwo, dobrą dostępność komunikacyjną i dobrą dostępność do zespołów usługowo-handlowo-kulturowo-rekreacyjnych. Cechy te charakteryzują Nowy York – dzielnicę Manhattan, która nigdy nie śpi. Tętni życiem, energią, która udziela się każdemu, czyniąc Manhattan jedną z najatrakcyjniejszych dzielnic na świecie. Czyni ją również jedną z bogatszych, przepływają bowiem przez nią nie tylko ludzie, ale i pieniądze. Emocje, jakie budzi, na zawsze pozostają w pamięci.

Słowa kluczowe: atrakcyjność, konkurencyjność, różnorodność funkcjonalno-przestrzenna, zróżnicowanie, „żyjące” miejsca

DOI: 10.4467/2353737XCT.15.071.3871

* D.Sc. Ph.D. Arch. Krystyna Paprzyca, Chair of Housing Environment, Institute of Urban Design, Faculty of Architecture, Cracow University of Technology.

1. Introduction

For centuries humans were rooted in the places they lived in. They occupied a particular territory with a group of people, felt safe and familiar.

Place of residence has always been connected with harmony between people and their immediate environment.

The modern world is characterized by lack of bond between people and places. Quick changes, connected with life and living in cities are the reason behind the changing needs of men, relating also to their place of residence. “Temporariness” of everyday life finds its reflection in relationships between people, people and places, also places of residence. It is inextricably linked with “mobility”, typical in today’s society. The mobility of moving from one place to another, from home to work and to shopping centres and holiday spots. Today’s human is constantly moving, in too big a hurry to strike roots. Lack of commitment, limiting one’s involvement in urban life poses a threat connected with the safety that people enjoy when they are among their peers.

The former “roots” connected with places and people are replaced with short-lived contacts. Awareness of this temporariness works in opposition to development of neighbourly sentiments. Manhattan is always in motion, development, which is visible in almost every part of this district. Despite “liveliness” of the people who move from one place to another, constant modernization and expansion of fragments of urban fabric, it retains its ambience and character. The district is worth living in, spending time in it. It is vibrant with life.

Manhattan is an interesting “living” city, in the context of the phenomenon visible in many modern cities, in which, according to academics, the “potential” of cities connected with social life has been made dormant, a phenomenon of the so-called “dead space”. Within it, “the living public space was eliminated by the space of transition, attributing it with the function of motion”.

Public space in many cities, especially in small towns in Poland became a space of movement of people from place to place, in order to move yet again. The route home: from home to work, from home to the bus, have only become a connector between places. People have stopped enjoying spending time in public spaces, they are no longer connected with safety, trust, friendly atmosphere, they no longer possess “social messages”. They were replaced by impersonal features – empty, anonymous, impermanent.

People have isolated themselves from their surroundings, they do not feel any bonds with places, people they spend time with. In their cars they are not seen by anybody. The consequence of this phenomenon of “empty spaces” and “dead crowd” in many cities is the removal of people from public life and replacing city squares and streets by living rooms in houses.

Those phenomena do not concern Manhattan, New York in which the passers-by use the streets to move from place to place, in which city spaces are vibrant with life. They seldom use cars, parking spaces and garages are costly (ca. 3-4\$ an hour). People spend time in the district from early morning to late evening, absorbing the “energy” of the district, which emanates with life.

2. Attractiveness of Manhattan¹

In order to eliminate the feeling of alienation in a district or city, there is a need for a proper scale of people's experiences which are local in character. They appear through enforcement of meetings of strangers thanks to "hospitality of places", liquidating the boundaries of customs, manners, transforming places through various designs.

In many cities in Europe (Paris, Hamburg, Copenhagen) it is visible that such actions are being undertaken in order to render them friendly, safe, attractive and accessible. Cities, city spaces must offer both their inhabitants and strangers many options and opportunities: they must inspire, teach, educate, give safety, develop etc. Cities, district must compete for the favours of denizens and in order to encourage the influx of new people: artists, investors, tourists etc. City strategy must concern public spaces and making them attractive.

The Manhattan district in New York is a place of variety (Illustration 1). There are different spaces that cater to the needs of various tastes, dreams, expectations. It is an urban space in which people of all ages and walks of life can live life to the full. Jan Gehl in the book "Life among Buildings" writes that "social and cultural richness is possible in well-designed pedestrian world".

Manhattan is a living district in which people have interactions between physical and social environment. "Attractive" spaces in Manhattan gather people and draw people and businesses to them. Talented people (in whom business finds interest), boost economy and inspire many activities. City, through different initiatives, diverse society, functional and spatial variety is constantly developing [more in: 10] (Illustrations 2, 3).

2.1. Social diversity in urban spaces

Manhattan is a district inhabited by people from different social backgrounds, who are joined together by the urban space. It creates a "capital", thanks to which the functioning of the city is possible, as well as its economy and society. According to experts of different fields, cities, which can ingeniously use both the financial means and social capital, develop well and are strong. And such is New York and – particularly – Manhattan.

¹ According to the report of Economic Intelligence Unit, commissioned by Citigroup Inc. in the ranking of competitiveness of cities New York occupies the first place on the list of 120 cities of the world, which draw most capital, business and tourists. According to this report, London won the second position, and subsequently: Singapore, Paris and Hong Kong, Washington (no. 8), Chicago (9), and Boston (10), and Warsaw (53). "In all 120 cities which were part of the report live 750 million people. The cities combine 29% of world economy and generated in 2011 20,2 billion dollars of gross national product. In the category of "economic power" Asian cities prove to be the most potent. There are 15 of them among the first 20, and 12 of them are Chinese cities".

"The position of New York on top of the list is not accidental" – Bloomberg said. It is caused by investments of our administration and ingeniousness and creativity of the New Yorkers, known all over the world. Among the factors that led New York to the top, the report enumerates diverse economy, boosted by the presence of media, art, fashion, technology and finance. It is worth noting that in 2010 New York was the second, after Silicone Valley, source of capital invested into new developments, which are highly risky (venture capital). In the Economic Intelligence Unit report we can read about cooperation of Cornell University with Technion – Israel Institute of Technology, regarding the construction of research campus on Roosevelt Island. The project is supported by mayor Bloomberg and is set to generate 6 billion dollars of economic activity. www.dziennik.com/.../nowy-jork-najbardziej-konkurencyjnym-miastem-na-swiecie-places.designobserver.com/feature/megapolitan-america/30648/

Manhattan draws people from the outside, from different backgrounds, talented, full of life energy and ideas.

What causes the fact that people choose Manhattan as a place to live and spend time in. A very important aspect, according to Florida² is the possibility to recreate in the open air and lifestyle amenities, which include not only the ones which pertain to culture (museums, exhibitions, opera, theatres etc.) but also entertainment associated with the city's nightlife, such as bars, restaurants etc. All those conveniences are present in Manhattan (Museum of Modern Art – MoMA, New Museum – SAAN, Mooving Gallery – Norman Foster), (Illustration 8 – The Guggenheim Museum).

Various needs are satisfied in the district, preferences of various users of spaces with distinctive beliefs, income, lifestyles, ages, education etc. This, among others, renders the city space socially acceptable. Various recipients of space with their needs and preferences are treated in Manhattan as a limited, non-renewable good, which connects both the needs and preferences of private interest and private spaces, but also public spaces. Manhattan is eager to develop, it achieves successes, offers many possibilities when it comes to conveniences that satisfy the needs of various people. It is a transformation of a district not only into an amusement park for single people in their twenties, but also for the middle-aged ones, which are the motor of economic development. Creating atmosphere suitable for the elderly and married couples with children renders this place very attractive indeed.

Manhattan is the district of the creative [21] who do not abandon their lifestyle preferences with age. Older people also appreciate places which offer a high level of cultural interaction there are bicycle lanes, possibility to do sports and recreate in the open air in superbly designed city parks (Central Park, Illustration 4).

Public spaces are spots in cities, in which people, majority of them single and young, meet and get to know each other, exchange their views. They are places vital for interaction (Illustration 5). There is a diversity of places which lets them be visited by people of different ethnic backgrounds, sexual orientation and appearance. This diversity refers to both function and people, community. They are places which tell us that they are open to strangers, tolerant. People within them listen to different kinds of music, want to eat different foods, have interactions with people who are different from them. They want to exchange views, discuss and argue. The place is an ever-boiling melting pot of cultures, nationalities, ideas and views. It is boiling with emotions of people of different age and skin colour. The most famous junction in the world can serve as an example – the place where Broadway and 7th Avenue meet – Times Square (Illustrations 6, 7, 13).

According to R. Florida, diverse places are preferred by groups of creative people, who possess a “creative capital”. The mixture of attractiveness and conveniences offered at day- and nighttime is an important element which determine the vividness of places. Dynamic, rich, greatly varied nightlife accompanies creative places and Manhattan, in which life concentrates in cafes, clubs and live music spots, both in the day and at night.³

² Richard Florida (b. 1957 in New York) – American scientist, economist, academic teacher at the University of Toronto, specialist in the field of urban studies, inventor of the term „creative class”. Comment can be found at http://pl.wikipedia.org/wiki/Richard_Florida .

³ Erica Cosler defined nightlife as “all leisure activities which begin after sunset” and enumerated the most highly valued options of nightlife: cultural attractions (from symphonic orchestra and theatres to clubs and music events) and restaurants open long hours. Subsequently there were small jazz and music clubs and cafes. Bars, large discos and clubs, and after-hours establishments were placed at distant positions. Ray Oldenburg direct attention towards the importance of “third places”, such as cafes, bookshops, coffee bars with refreshments. He treats such places as ones in which people meet and get to know other people, important places of interaction. In the times of single societies such places prove to be a source of interaction and networking [5].

Business possibilities must also offer conveniences. Urban spaces, including the public spaces in Manhattan swiftly adapt to changes: varied need for services, connected, among others, with the progressing ageing of society, reduction of time spent at work, changes in social and cultural structure etc.

2.1. Functional and spatial diversity

Dynamics of changes, which can be observed in today's world, creates a need to enter into a discussion about the sense of thinking, which pertains to practical and functional aspect of public spaces. The idea of temporary use can prove to be useful in the pace of change of needs that people in cities have. Mobility characterizes all people, not only the creative ones. It is a mode of life seen in people of our times, the movement from one place to another – it results in the destruction of old relationships and contacts, and creation of new ones.

This aspect is inextricably linked with the functional purpose of space in Manhattan and creates unlimited possibilities to enliven this space. Public and social spaces are the ones that carry with them the majority of expectations connected with people who live and reside. Parks and green areas can adapt to changes in the fastest manner, they are also the means of conveying and guiding the changes.

Functional and practical aspect, connected with the need to adapt to urban environment to the changing needs of people, depending on their age, sex, income, interests etc. It is also a very important aspect in the times of ageing society and the need to adapt the space, both residential and urban, to new challenges.

There are numerous cities in the world, which see the problem of the withdrawal of people from public spaces. City councils (in e.g. Paris, Hamburg, Barcelona, New York, Melbourne) intervene into public space through diverse activities that are aimed at revitalizing urban life in the city. An important role in the process is played by the people: inhabitants, strangers, tourists. Inhabitants are the users, critics, they promote public space in which they exist, live and work. They need a place near their home where they can eat, relax, far from their work posts. The strangers – neighbours – need a space close to their home to walk, relax, play. Tourists seek in public spaces identification with the city and the remaining aspects valued by inhabitants and neighbours.

In many of the enumerated examples, the City of New York has intervened. Many interventions in Manhattan have changed the district. They were: the renovation of Times Square, Lincoln Center and High Line, as well as many others (Illustrations 6, 7, 9–11, 13). The aim of actions was to render public spaces more attractive, the result of which was that public spaces became a living part of the infrastructure. There are many ways to revitalize spaces, one of which is the “domestication” of streets”. Its aim is to make streets familiar to people. It happens thanks to diverse elements and activities, in order to provide people with the feeling of being “closer to home”.

The aim is to design less specialized lines of communication in favour of more friendly, safe space with a more social ambience. Recreation or even copying activities which usually take place at home, in front of the house, and introducing them in the street, in order to domesticate it. For example in Paris, in the Luxembourg Gardens, there is furniture with metal chairs, which are posed in different ways, as people direct them towards the sun. Similarly, streets which implement solutions to various needs, in different times, during the day and at night, were the patterns, on which “domestication” was modelled. Streets are teeming with hubbub, they are friendly towards inhabitants and visitors. Layout of the street depends on the activities that people undertake in it. They form different needs, implement them in different parts of day, as squares and not infrastructure. They are flexibly adjusted to the continuously changing need, used spontaneously, as our flats, apartments are.

There are numerous such places in Manhattan. Times Square (Illustrations 6, 7, 13) is the showpiece of New York. A project of redevelopment is being implemented, set to finish in 2016. It is one of places

most vibrant with life in the city, annually visited by 40 million people. Thanks to modernization it has become more dynamic and friendly public place – for pedestrians, cyclists and drivers. It is one of the most famous squares in the world, with an abundance of neon lights, colourful advertisements and places to sit, it has become a characteristic urban room. In the centre of the square there are places to sit. In 2009 it was furnished with chairs, located between Times Square and Broadway. It has rendered the atmosphere more familiar, similar to the context of sitting at home and chatting with a neighbour.

Many interventions in Manhattan concerned friendly spaces for pedestrians and cyclists.

High Line overpass (Illustrations 9, 10) is another example of a place that has become a world famous centre of renewal, an innovative solution to creating space of greenery and recreation in post-industrial areas. It was redeveloped in an ingenious fashion into a city park. The promenade arranged together public functions for tourists and visitors alike, several meters over the streets of Manhattan. It is a place for relaxation among vast greenery. Thanks to this intervention the district has begun to change, becoming in the process one of the most fashionable and expensive places in Manhattan.

3. Conclusions

The main asset of Manhattan is the economics, especially the economics of space. It concerns the access to job market, services, which are located in proximity to one another, culture and recreation, etc. Access to public conveniences, businesses and institutions, services, means of transport, all in a quite restricted area, complements the diverse market of needs. Inhabitants benefit from the proximity of shops, culture, businesses and conveniences.

Integrity, which is the result of shortening the distance between different functions contributes to an increase in the interest in public transportation and cycling, and reduction of using cars. Those activities greatly improve the quality of the living environment: they reduce pollution to atmosphere, noise, accident rate etc. Density is the key that should be taken into consideration in the discussion of the size of the model of human settlement. Optimization of high-density housing and mixed urban forms have an influence on the better quality of life, intensification of human interaction and affect the life of the city. There are arguments that a mixed city paves the way for creation of businesses and innovations. All of the above causes the increase in the attractiveness of particular places or districts, rise in attractiveness of places of residence. There are arguments for the diverse use of land as the most economic type of urban usage, thanks to which there is an increase in successful creation of services and means of public transport, and the need for bicycle and pedestrian routes. Mixed use of land contributes to reduction of length of journeys, there is easy access to services, trade, and job market is more efficient. Manhattan is one of the most densely populated districts of New York, with a diverse functional and spatial layout and diverse community, therefore it never ceases to be attractive. It is a city, a district that never sleeps, a place to which you want to return, because the dynamics of development of the city points to the fact that one can continuously watch and admire New York and Manhattan.

1. Wstęp

Przez stulecia człowiek był „zakorzeniony” w swoim miejscu zamieszkania. Żył na określonym terytorium wraz z grupą ludzi, czuł się bezpiecznie i swojsko.

Miejsce zamieszkania zawsze kojarzone było z harmonią, jaka się wytworzyła między człowiekiem a jego otoczeniem.

Współczesny świat charakteryzuje zanik więzi z ludźmi i miejscami. Błyskawiczne przemiany wynikające z funkcjonowania w środowisku miejskim są przyczyną zmieniających się potrzeb człowieka, związanych również z rolą miejsca zamieszkania. „Tymczasowość” codziennego życia znajduje odbicie w związkach z ludźmi, związkach ludzi z miejscami, również miejscami zamieszkania. Nerozerwalnie łączy się ona z „ruchliwością”, która charakteryzuje współczesne społeczeństwo. Ruchliwością przemieszczania się z miejsca na miejsce, z miejsca zamieszkania do pracy, miejsc handlowych czy wypoczynku. Człowiek współczesny jest w ciągłym ruchu, zbyt szybko się spieszy, aby zapaść korzenie. Brak zaangażowania, ograniczenie uczestnictwa w życiu miasta stanowi zagrożenie dla poczucia bezpieczeństwa człowieka wypływającego z bycia u siebie, bycia wśród swoich.

Dawne zakorzenienie w miejscu zamieszkania oraz silne więzi z ludźmi zostają zastąpione krótkim czasem trwania kontaktów. Świadomość tej tymczasowości działa przeciw rozwojowi stosunków sąsiedzkich. Nowy York, dzielnica Manhattan jest w ciągłym ruchu, rozwoju, który widoczny jest w prawie każdym miejscu. Mimo ruchliwości, nieustannego przemieszczania się ludzi z miejsca na miejsce, ciągłej rozbudowy i modernizacji fragmentów tkanki miejskiej zachowuje swój klimat i charakter. Chce się w tej dzielnicy mieszkać i przebywać, chce się w niej żyć. Ona ustawicznie „tętni życiem”.

Manhattan jest interesującym, „żyjącym” miastem w kontekście zjawiska widocznego w wielu współczesnych miastach, w których według badaczy potencjał miast związany z życiem społecznym został dziś uśpiony, pojawiło się zjawisko tzw. martwej przestrzeni, wyeliminowana została „żyjąca przestrzeń publiczna”, którą zastąpiła przestrzeń tranzytu przez przypisanie jej funkcji ruchu.

Przestrzeń publiczna w wielu miastach, a w szczególności w małych miasteczkach w Polsce, stała się przestrzenią możliwie szybkiego przemieszczania się ludzi z miejsca na miejsce. Trasa do domu, z domu do pracy, z domu do autobusu stały się tylko łącznikami komunikacyjnym między miejscami. Ludzie przestali wykazywać chęć przebywania w przestrzeniach publicznych, nie są już one kojarzone z bezpieczeństwem, zaufaniem, przyjazną atmosferą, przestały zawierać „komunikaty społeczne”. Stały się bezosobowe, puste, anonimowe, nietrwałe.

Ludzie, odizolowani od otoczenia w samochodach, nie odczuwają żadnego związku z ludźmi i z miejscem, w którym przebywają. Nie są również w samochodzie przez innych widziani. Konsekwencją tego zjawiska „pustych przestrzeni” i „martwego tłumu” w wielu miastach jest wycofywanie się mieszkańców z życia publicznego i zastępowanie miejskich placów i ulic przez living roomy w domach.

Te zjawiska nie dotyczą Nowego Yorku, dzielnicy Manhattan, gdzie przechodnie przemieszczają się ulicami z miejsca do miejsca, gdzie przestrzenie miejskie tętnią życiem. Raczej rzadko używają samochodów, bowiem postój na miejscu parkingowym lub w garażu jest kosztowne (ok. 3–4 dolarów za godzinę). Ludzie przebywają od rana do późnej nocy w dzielnicy, chłonąc jej energię.

2. Atrakcyjność dzielnicy Manhattan⁴

Aby wyeliminować obcość w dzielnicy, w mieście, potrzebna jest odpowiednia skala ludzkich doświadczeń, które powinny mieć lokalny charakter. Powstają one poprzez wymuszenie spotkań w danych miejscach z nieznanymi, dzięki „gościnności miejsc”, likwidując bariery zwyczajów, manier, przekształcając miejsca poprzez działania, w tym np. projektowe.

W wielu miastach Europy (Paryż, Hamburg, Kopenhaga) widoczne jest podejmowanie działań, które mają na celu uczynienie ich przyjaznymi, bezpiecznymi, atrakcyjnymi, dostępnymi.

Miejsca, przestrzenie miejskie muszą zaferować swoim mieszkańcom i osobom przybywającym do nich z zewnątrz wiele opcji i propozycji: muszą inspirować, kształcić, uczyć, wychowywać, dawać poczucie bezpieczeństwa, rozwijać itp. Miasta, dzielnice powinny konkurować o mieszkańców miasta, starać się przyciągnąć do miasta nowych ludzi: artystów, inwestorów, turystów. Strategia miasta powinna dotyczyć m.in. przestrzeni publicznych, tak aby stały się dla nich atrakcyjne.

Dzielnica Manhattan w Nowym Yorku to miejsce, w którym toczy się zróżnicowane życie (ilustracja 1). Przejawia się ono w różnorodnych typach przestrzeni dopasowanych do bardzo urozmaiconych gustów, pragnień, oczekiwań ludzi. Stworzenie przestrzeni urbanistycznych, w których ludzie w każdym wieku i o różnym usposobieniu mogą żyć pełnią życia, to ważne zadanie. Jan Gehl w książce *Życie między budynkami* pisze, że „społeczne i kulturowe bogactwo jest możliwe w dobrze zaprojektowanym pieszym świecie”.

Manhattan to żyjąca dzielnica, w której ludzie wchodzi w interakcje między środowiskiem fizycznym a społecznym. Atrakcyjne przestrzenie miejskie na Manhattanie przyciągają zarówno ludzi, jak i biznes. Ludzie twórczy, utalentowani, bo takimi zainteresowany jest biznes, napędzają gospodarkę i inspirują innych do działania. Miasto poprzez zróżnicowane inicjatywy, zróżnicowane społeczeństwo, różnorodność funkcjonalno-przestrzenną ustawicznie się rozwija [więcej w: 10] (ilustracje 2 i 3).

2.1. Zróżnicowanie społeczne w przestrzeniach miejskich

⁴ Według raportu Economic Intelligence Unit, sporządzonego na zlecenie Citigroup Inc., w rankingu konkurencyjności miast Nowy Jork znajduje się na pierwszej pozycji na liście 120 miast świata, które przyciągają najwięcej kapitału, biznesu i turystów.

Według tego raportu na drugim miejscu znalazł się Londyn, a tuż za nim Singapur, Paryż i Hongkong, potem Waszyngton (8. miejsce), Chicago (9.) i Boston (10.), na 53. miejscu zaś uplasowała się Warszawa. „We wszystkich 120 miastach, które zostały ujęte w raporcie, mieszka łącznie 750 milionów ludzi. Miasta te stanowią 29% światowej gospodarki i łącznie w 2011 roku wygenerowały 20,2 biliona dolarów produktu krajowego brutto. W kategorii «siły ekonomicznej» prym wiodą miasta azjatyckie. W pierwszej dwudziestce jest ich aż 15, w tym 12 to miasta chińskie”. „Pozycja Nowego Jorku na czele listy to nie przypadek – powiedział Bloomberg. – Jest to spowodowane inwestycjami naszej administracji i znanej na całym świecie pomysłowości i kreatywności nowojorkczyków”. „Wśród czynników, które spowodowały prowadzenie Nowego Jorku, raport wymienia zróżnicowaną ekonomię, napędzaną obecnością mediów, sztuki, mody, technologii i finansów. Nadmienić należy, że w 2010 roku Nowy Jork był drugim, po kalifornijskiej Dolinie Krzemowej, źródłem kapitału zainwestowanego w nowe przedsięwzięcia, które obarczone są zawsze znacznym ryzykiem (venture capital). W raporcie Economic Intelligence Unit możemy przeczytać także o współpracy Cornell University z Technion – Israel Institute of Technology przy projekcie wybudowania kampusu naukowego na Roosevelt Island. Projekt ten jest popierany przez burmistrza Michaela Bloomberga i ma on wygenerować 6 miliardów dolarów aktywności ekonomicznej”, www.dziennik.com/.../nowy-jork-najbardziej-konkurencyjnym-miastem-na-swiecie-places.designobserver.com/feature/megapolitan-america/30648/.

Manhattan jest dzielnicą zamieszkaną przez różne grupy ludzi, w której przestrzeń miejska łączy mieszkańców. To stanowi kapitał, dzięki któremu możliwe jest funkcjonowanie miasta, jego gospodarki, społeczeństwa. Według ekspertów z różnych dziedzin miasta, które w umiejętny sposób potrafią wykorzystać zarówno kapitał finansowy, jak i kapitał społeczny, dobrze się rozwijają i są silne. I taki jest Nowy York – a w szczególności Manhattan.

Manhattan przyciąga ludzi z zewnątrz, pochodzących z różnych środowisk, utalentowanych, pełnych życia, energii i pomysłów. Co powoduje, że ludzie wybierają Manhattan jako miejsca do zamieszkania, do przebywania? Bardzo ważnym aspektem według Richarda Floridy⁵ jest rekreacja na wolnym powietrzu oraz *lifestyle amenities*, do których zaliczane są nie tylko te dotyczące kultury (muzea, wystawy, opera, teatr itp.), ale również rozrywki towarzyszące życiu nocnemu miasta, takie jak bary, restauracje itp. Wszystkie te udogodnienia posiada dzielnica Manhattan (Museum of Modern art. – MoMA, New Museum – SAAN, Mooving Gallery – Norman Foster) (ilustracja 8 – Guggenheim Muzeum).

Zaspokajane są w tej dzielnicy rozmaite potrzeby, preferencje różnorodnych użytkowników przestrzeni o zróżnicowanych poglądach, dochodach, stylach życia, wykształceniu, w różnym wieku itp. To między innymi czyni przestrzeń miejską akceptowalną społecznie. Kategoria różnorodnego odbiorcy przestrzeni, z jego potrzebami i preferencjami, traktowana jest w dzielnicy Manhattan jako dobro ograniczone, nieodnawialne, łączące w sobie zarówno potrzeby i preferencje prywatnych dóbr i prywatnych przestrzeni, jak i przestrzeni publicznych. Dzielnica Manhattan chce się rozwijać i odnosić sukcesy, dlatego oferuje wiele opcji związanych z udogodnieniami, które zaspokoją potrzeby różnych ludzi. Sprzyja temu przekształcenie dzielnicy nie tylko w parki rozrywki dla dwudziestokilkuletnich singli, ale również dla ludzi w średnim wieku, którzy są motorem rozwoju gospodarczego. Stworzenie przyjaznego klimatu dla starszych ludzi i małżeństw, dzieci, czyni to miejsce tak atrakcyjnym.

Manhattan to dzielnica ludzi kreatywnych [21], którzy nie rezygnują z wiekiem ze swoich preferencji związanych ze stylem życia. Ludzie starsi też doceniają miejsca, które zapewniają wysoki poziom interakcji kulturowej – ścieżki rowerowe, możliwość uprawiania sportów i odpoczywania na wolnym powietrzu w doskonale zorganizowanych parkach publicznych (Central Park, ilustracja 4).

Przestrzenie publiczne są w mieście miejscami, w których ludzie, w zdecydowanej większości samotni, młodzi, spotykają się i poznają, wymieniają poglądy. To miejsca, które są istotne dla interakcji międzyludzkich (ilustracja 5), które są różnorodne, które odwiedzają różne grupy etniczne, w różnym wieku, ludzie o różnej orientacji seksualnej i odmiennym wyglądzie. Ta różnorodność miejsc dotyczy zarówno funkcji, jak i ludzi, wspólnoty. To miejsca, które mówią nam, że są otwarte na ludzi z zewnątrz, są tolerancyjne. Ludzie chcą tam słuchać różnego rodzaju muzyki, chcą jadać różnego rodzaju potrawy, nawiązywać znajomości z ludźmi, którzy się od nich różnią. Życie w atmosferze nieustannej wymiany poglądów, ciągłych dyskusji i sporów. To miejsce stanowi mieszankę kultur, narodowości, idei, poglądów – „kociołek”, który stale „wrze”. Wrze emocjami ludzi w różnym wieku i o różnym kolorze skóry. Za przykład może posłużyć najbardziej znane skrzyżowanie świata – Broadwayu i Siódmej Alei, czyli Time Square (ilustracje 6, 7, 13).

Według R. Floridy miejsca różnorodne preferują skupiska ludzi kreatywnych, którzy posiadają „kapitał kreatywny”. Bardzo ważnym elementem jest mieszanka atrakcyjności i udogodnień oferowanych w ciągu dnia i w nocy, co może stanowić o żywotności miejsc. Dynamiczne, bogate, mocno zróżnicowane

⁵ Richard Florida (ur. w 1957 w Newark, New Jersey) – amerykański naukowiec, ekonomista, nauczyciel akademicki Uniwersytetu w Toronto, specjalista w zakresie studiów urbanistycznych, twórca pojęcia „klasa kreatywna”. Komentarz na stronie: http://pl.wikipedia.org/wiki/Richard_Florida. Klasę kreatywną według Floridy tworzą dwie grupy pracowników: kreatywni profesjonalisci, do których zalicza specjalistów i pracowników związanych z biznesem, finansami, prawem, edukacją, służbą zdrowia, oraz superkreatywni indywidualisci, do których zaliczają się naukowcy, odkrywcy, badacze, artyści, pisarze, muzycy, projektanci, innowatorzy (R. Florida, *Narodziny kreatywnych regionów. Kreatywne miasta*, „Brief for Poland”, s. 4).

życie nocne towarzyszy miejscom kreatywnym, a zatem i dzielnicy Manhattan, w której życie koncentruje się w kawiarniach, klubach, lokalach z muzyką, zarówno w dzień, jak i w nocy⁶.

Biznes również musi oferować wystarczający poziom udogodnień. Przestrzenie miejskie, w tym przestrzenie publiczne na Manhattanie, umiejętnie adaptują zmiany: zróżnicowane zapotrzebowanie na usługi, związane m.in. z postępującym starzeniem się społeczeństwa, skróceniem czasu spędzanego w miejscu pracy, zmianami w strukturach społecznych i kulturowych itp.

2.2. Różnorodność funkcjonalno-przestrzenna

Dynamika zmian, które obserwuje się w dzisiejszych czasach, każe podjąć dyskusję nad sensem myślenia, które dotyczy aspektu praktyczno-użytkowego przestrzeni publicznych. Idea tymczasowego użytkowania może się okazać przydatna przy tym tempie zmian potrzeb ludności miast.

Ruchliwość charakteryzuje obecnie wszystkich ludzi, nie tylko kreatywnych. Jest to teraz nowy sposób życia ludzi polegający na przemieszczaniu się z miejsca na miejsce, co powoduje zniszczenie starych stosunków i kontaktów, a tworzenie nowych.

Aspekt ten nierozzerwalnie wiąże się z przeznaczeniem funkcjonalnym przestrzeni w dzielnicy Manhattan i stwarza nieprawdopodobne możliwości w ożywianiu tej przestrzeni. Przestrzenie publiczne i społeczne są miejscami, które niosą z sobą najwięcej oczekiwań związanych z ludźmi, którzy tam mieszkają. Parki i tereny zielone mogą adaptować zmiany najszybciej, one są również nośnikiem, przewodnikiem zmian.

Aspekt funkcjonalny oraz użytkowy łączy się z koniecznością dostosowywania się w środowisku miejskim do zmieniających się potrzeb człowieka, w zależności od wieku, płci, dochodu, zainteresowań itp. Jest to również bardzo ważny wymiar w dobie starzenia się społeczeństwa i konieczności przystosowania przestrzeni zarówno mieszkania, jak i przestrzeni miejskiej do nowych wyzwań.

Jest wiele miast na świecie, które dostrzegają problem wycofywania się ludzi z przestrzeni publicznych do przestrzeni prywatnych. Władze miast (np. Paryża, Hamburga, Barcelony, Nowego Yorku, Melbourne) interweniują w przestrzeń publiczną poprzez zróżnicowane działania w celu rewitalizacji życia urbanistycznego w mieście. Niebagatelną rolę w tych działaniach odgrywają ludzie: mieszkańcy, przybysze, turyści. Mieszkańcy są użytkownikami, krytykami, ale też promują przestrzeń publiczną, w której żyją, mieszkają, pracują. Potrzebują oni przestrzeni blisko domu do jedzenia, relaksu, z dala od miejsc pracy. Przybysze – sąsiedzi potrzebują przestrzeni blisko domu do spacerów, wypoczynku, zabaw. Turyści poszukują w publicznych przestrzeniach identyfikacji z miastem oraz wszystkiego tego, co mieszkańcy i przybysze – sąsiedzi.

W wielu wymienionych przykładach miasto Nowy York interweniowało. Wiele interwencji dokonanych na Manhattanie zmieniło tę dzielnicę. Dotyczyły one m.in. odnowy Time Square, Lincoln Center i High Line oraz wielu innych miejsc (ilustracje 6, 7, 9–11, 13). Celem tych działań było uczynienie wielu przestrzeni publicznych miejscami atrakcyjnymi i w efekcie stały się one „żywością” częścią infrastruktury.

⁶ Erica Cosler zdefiniowała życie nocne jako „wszystkie czynności rozrywkowe rozpoczynające się po zmroku” oraz wymieniła jako najbardziej cenione opcje życia nocnego: atrakcje kulturalne (od orkiestry symfonicznej i teatrów po lokale i imprezy muzyczne) oraz działające do późna restauracje. Następne na liście były małe kluby jazzowe i muzyczne oraz kawiarnie. Bary, duże dyskoteki i kluby oraz lokale typu after-hours club znalazły się w rankingu na odległych pozycjach. Ray Oldenburg zwraca uwagę na znaczenie „trzecich miejsc”, takich jak lokale, kawiarnie, księgarnie, bary kawowe z przekąskami i zakąskami. Miejsca te traktuje jako miejsca spotkań i zawierania znajomości, będące ważnymi miejscami interakcji. W dobie samotnych społeczeństw miejsca te zapewniają źródło interakcji i stanowią źródło nowych znajomości. R. Floryda, *Narodziny klasy kreatywnej*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010.

Jest dużo sposobów na rewitalizację tych przestrzeni, a jednym z nich jest „udamawianie ulic”, które ma za zadanie przybliżenie ulic ludziom, tak aby mieli wrażenie, że są „bliżej domu”. Odbywa się to dzięki zróżnicowanym elementom i działaniom, celem zaś jest projektowanie mniej wyspecjalizowanych arterii, a bardziej przyjaznej, bezpiecznej dla człowieka przestrzeni przez nadanie jej bardziej społecznego wymiaru, przetworzenie, a nawet skopiowanie aktywności, które zazwyczaj mają miejsce w domu, przed domem – na ulicy. Przykładowo w Paryżu w Ogrodach Luksemburskich są meble z metalowymi krzesłami, które ułożone są w zróżnicowanych pozycjach, ponieważ to ludzie ustawiają je ku słońcu. Podobnie ulice, które realizują zróżnicowane potrzeby w różnym czasie, w ciągu dnia i nocy, o każdej porze roku, były wzorcem dla „udamawiania” innych ulic”, które teraz ciągle są przepelnione gwarem, są przyjazne mieszkańcom i przybyszom. Plany ulic zależą od rzeczy, które ludzie na nich robią. Mogą formować różne potrzeby, realizować je o różnych porach dnia i nocy jako place, a nie jako infrastruktura, bardzo elastycznie przystosowywane do stale zmieniających się potrzeb, spontanicznie użytkowane, tak jak nasze mieszkania. Wiele jest takich miejsc na Manhattanie.

Time Square (ilustracje 6, 7, 13) to wizytówka Nowego Yorku. Realizowany jest projekt rewitalizacji tej przestrzeni, który zostanie ukończony w 2016 r. To jedno z najbardziej tętniących życiem miejsc metropolii. Rocznie odwiedza je blisko 40 milionów ludzi. Dzięki przeprojektowaniu stało się bardziej dynamiczne i przyjazne zarówno dla pieszego, jak i dla rowerzysty czy kierowcy. To jeden z najsłynniejszych placów świata, z królestwem neonów, kolorowych reklam. Za sprawą udostępnienia miejsc siedzących w jego centrum stał się swojego rodzaju urbanistycznym pokojem. W 2009 roku Time Square został zaopatrzony w krzesła, ulokowane pomiędzy placem a ulicą Broadway. Atmosfera jest porównywalna do zwyczajnego siedzenia na krześle i rozmowy z sąsiadem.

Wiele innych interwencji na Manhattanie również dotyczyło stworzenia przyjaznych przestrzeni dla pieszych oraz rowerzystów.

Innym przykładem jest estakada High Line (ilustracje 9 i 10), która stała się światowym wzorem odnowy – nowatorskiego sposobu tworzenia przestrzeni zieleni i rekreacji na terenach postindustrialnych. Została ona przekształcona w niezwykle w swojej formie park miejski, promenadę łączącą w sobie funkcje publiczne nakierowane na potrzeby mieszkańców, ale i przybyszów – turystów, kilka metrów nad ulicami Manhattanu. To miejsce, w którym znajdziemy chwilę na odpoczynek wśród bujnej roślinności. Dzięki tej interwencji dzielnica zaczęła się zmieniać, stając się jednym z najmodniejszych i najdroższych miejsc na Manhattanie.

3. Podsumowanie

Podstawowym atutem Manhattanu jest ekonomika, a zwłaszcza ekonomika miejsca. Dotyczy ona dostępności do rynku pracy, usług, które ulokowane są blisko siebie, kultury czy też rekreacji itp. Dostęp do publicznych udogodnień, transportu, komunikacji, istnienie w ograniczonym zasięgu różnorodnych usług, biznesów i instytucji uzupełnia różnorodny rynek potrzeb. Mieszkańcom miejsce to oferuje duże korzyści związane z bliskością sklepów, obiektów kultury, firm i rozmaitych udogodnień.

Spójność uzyskana dzięki skróceniu dystansu między różnymi funkcjami przyczynia się do wzrostu zainteresowania publicznym transportem czy rowerem i ograniczenia użycia samochodu. Te działania w znacznym stopniu poprawiają jakość środowiska zamieszkania: ograniczają spaliny w atmosferze, hałas, liczbę wypadków itp. Gęstość stanowi klucz, który powinien być brany pod uwagę przy rozważaniach związanych z rozmiarem modelu ludzkiego siedliska. Optymalizacja gęstości zabudowy i zmiksowane urbanistyczne formy mają wpływ na lepszą jakość życia, zwiększenie społecznych interakcji oraz powodują ożywienie miast. Wysuwane są argumenty, że zmiksowane miasto przyczynia się do powstawania i formowania nowego biznesu i innowacji. To wszystko powoduje wzrost atrakcyjności danych miejsc czy dzielnic, wzrost atrakcyjności miejsc zamieszkania. Argumentuje się też za zróżnicowanym wykorzystaniem terenu jako najbardziej ekonomicznym typem urbanistycznego użytkowania, dzięki któremu

następuje wzrost powodzenia usług i transportu publicznego oraz zapotrzebowania na rower i ciągi piesze. Zmiksowane użytkowanie terenu przyczynia się do redukcji podróży, gwarantuje łatwy dostęp do usług, handlu, a rynek pracy staje się za jego sprawą wydajniejszy. Manhattan należy do najbardziej zaludnionych dzielnic Nowego Yorku, z różnorodnym układem funkcjonalno-przestrzennym oraz ze zróżnicowanym społeczeństwem i w tym tkwi niewyczerpane źródło jego atrakcyjności. Jest dzielnicą, która nigdy nie usypia. A sama metropolia – miastem, do którego stale się chce wracać, bowiem dynamika jego rozbudowy wskazuje, że można ciągle je oglądać i się nim zachwycać.

References/Literatura

- [1] Auge M., *Nie – miejsca, wprowadzenie do antropologii hipernowoczesności (Non-places, Introduction to Anthropology of Hypermodernity)*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.
- [2] Baranowski A., *Projektowanie zrównoważone w architekturze (Sustainable Design in Architecture)*, Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej, Gdańsk 1998.
- [3] Baudrillard J., *Spółczesność konsumpcyjna, jego mity i struktury (The Consumer Society. Myths and Structures)*, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2006.
- [4] Cichy-Pazder E., *Humanistyczne podstawy kompozycji miast (Humanist Foundations of Composition of Cities)*, Politechnika Krakowska, Kraków 1998, Gdańsk 1998.
- [5] Florida R., *Narodziny klasy kreatywnej (The Rise of Creative Class)*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010.
- [6] Gehl J., *Życie między budynkami. Użytkowanie przestrzeni publicznych (Living among Buildings. Using Public Spaces)*, Wydawnictwo RAM, Kraków 2009.
- [7] Gzell S., *Fenomen małości (The Phenomenon of Small Towns)*, Institute of Urban and Spatial Planning, Warsaw University of Technology, Warszawa 1987.
- [8] Gyurkovich J., *Znaczenie form charakterystycznych dla kształtowania i percepcji przestrzeni (The Meaning of Forms Characteristic for Shaping and Perception of Space)*, Monograph Nr 258, Cracow University of Technology, Kraków 1999.
- [9] Kosiński W., *Miasto i piękno miasta (City and the Beauty of the City)*, Cracow University of Technology, Kraków 2011.
- [10] Paprzyca K., *Harmonizowanie rozwoju urbanistycznego terenów miejskich – wybrane zagadnienia (Harmonizing the Urban Development of City Areas – Chosen Problems)*, Monograph 417, Kraków 2012.
- [11] Paszkowski Z., *Miasto idealne w perspektywie europejskiej i jego związki z urbanistką współczesną (The Perfect City in a European Perspective and its Relationship with Modern Urbanism)*, Universitas, Kraków 2011.
- [12] Riesman D., *Samotny tłum (A Lone Crowd)*, Wydawnictwo vis-a-vis/ Etiuda, Kraków 2011.
- [13] Ritzer G., *Magiczny świat konsumpcji (The Magical World of Consumption)*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA S.A., Warszawa 2012.
- [14] Schneider-Skalska G., *Kształtowanie zdrowego środowiska mieszkaniowego. Wybrane zagadnienia. (Shaping the Healthy Housing Environment. Chosen Problems)*, Cracow University of Technology, Monograph 307, Kraków 2004.
- [15] Sennett R., *Upadek człowieka publicznego (Fall of the Public Man)*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA S.A., Warszawa 2009.
- [16] Smith A., *Bogactwo narodów (Wealth of Nations)*, Wydawnictwo Studio EMKA, Warszawa 2012.
- [17] Seruga W., *Warunki i kryteria kształtowania niskiej intensywności zabudowy mieszkaniowej (Conditions and Criteria of Shaping the Low-rise Dense Housing Development)*, Cracow University of Technology, Kraków 1984.

- [18] Toffel a., *Szok przyszłości (Shock of the Future)*, Przeźmierowo 2007.
- [19] Wallis A., *Miasto i przestrzeń (City and Space)*, Warszawa 1977.
- [20] Czaja D., *Inne przestrzenie, inne miejsca. Mapy i terytoria*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2013, [afier:] M. Auge, *Nie-miejsca, wprowadzenie do antropologii hipernowoczesności*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.
- [21] Florida R., *Narodziny kreatywnych regionów. Kreatywne miasta*, „Brief for Poland”, www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/Brief_116_B4P.pdf.
- [22] Jacobs J., *Śmierć i życie wielkich miast Ameryki*, Fundacja Centrum Architektury, Warszawa 2014.
- [23] Koolhaas R., *Deliryczny Nowy York*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2013.
- [24] Le Corbusier, *Kiedy katedry były białe*, Fundacja Centrum Architektury, Warszawa 2013.
- [25] Leduff Ch., *Detroit. Sekcja zwłok Ameryki*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2015.
- [26] Rittenhouse M., *Nowy York. Od Mannahatty do Ground Zero*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2013.
- [27] Sławińska K., *Nowy York. Przewodnik niepraktyczny*, Grupa Wydawnicza Foksal, Warszawa 2008.





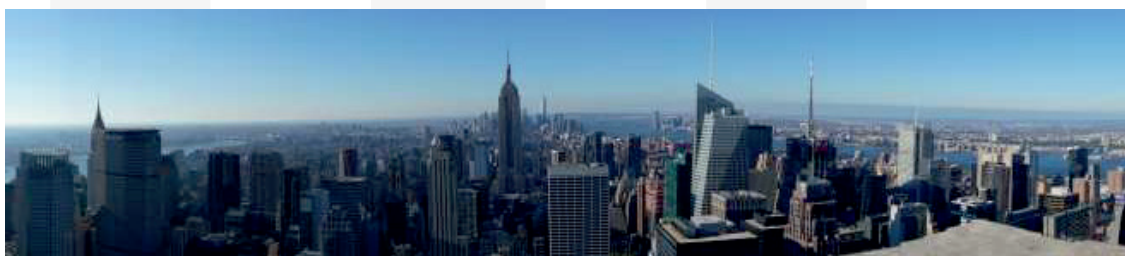
III. 1. Manhattan – city map (promotion material)

II. 1. Mapa Manhattanu (material promocyjny)



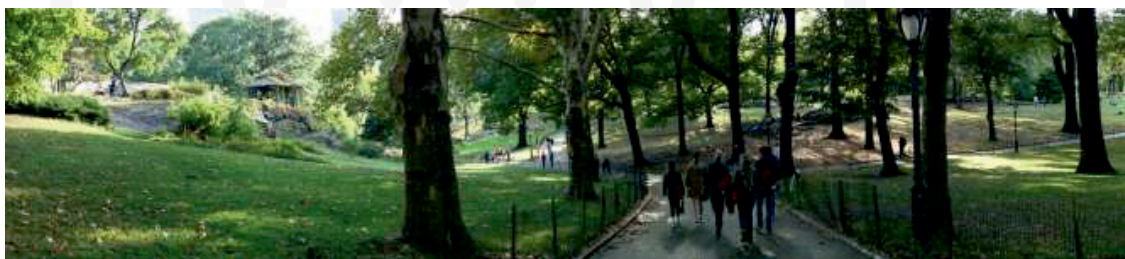
III. 2. View of Manhattan (photo by author)

II. 2. Widok na Manhattan (fot. autorka)



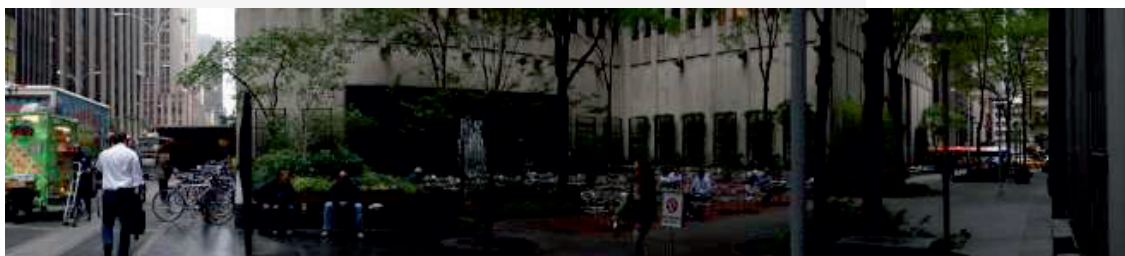
III. 3. View of Manhattan (photo by author)

II. 3. Widok na Manhattan (fot. autorka)



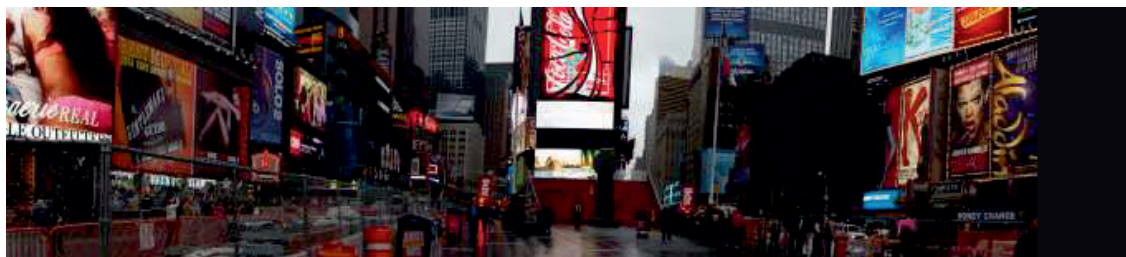
III. 4. Central Park (photo by author)

II. 4. Central Park na Manhattanie (fot. autorka)



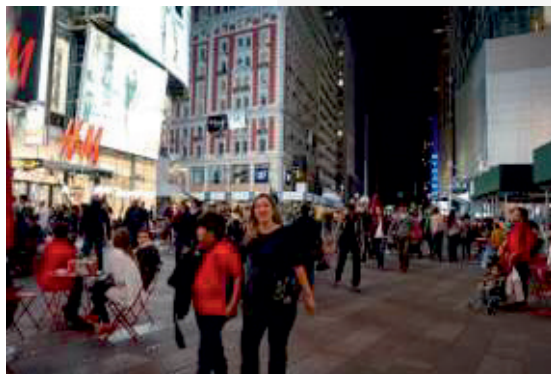
III. 5. Manhattan (photo by author)

II. 5. Manhattan (fot. autorka)



III. 6. Times Square at Night (photo by author)

II. 6. Time Square (fot. autorka)



III. 7. Times Square – Manhattan (photo by author)

II. 7. Time Squere – Manhattan (fot. autorka)



III. 8. Guggenheim Museum (photo by author)

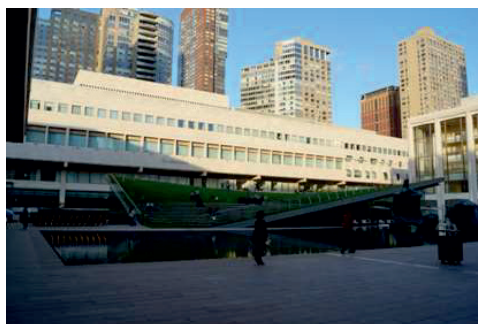
II. 8. Gugenheim Museum (fot. autorka)



III 9, 10. High Line in Manhattan (photo by author)

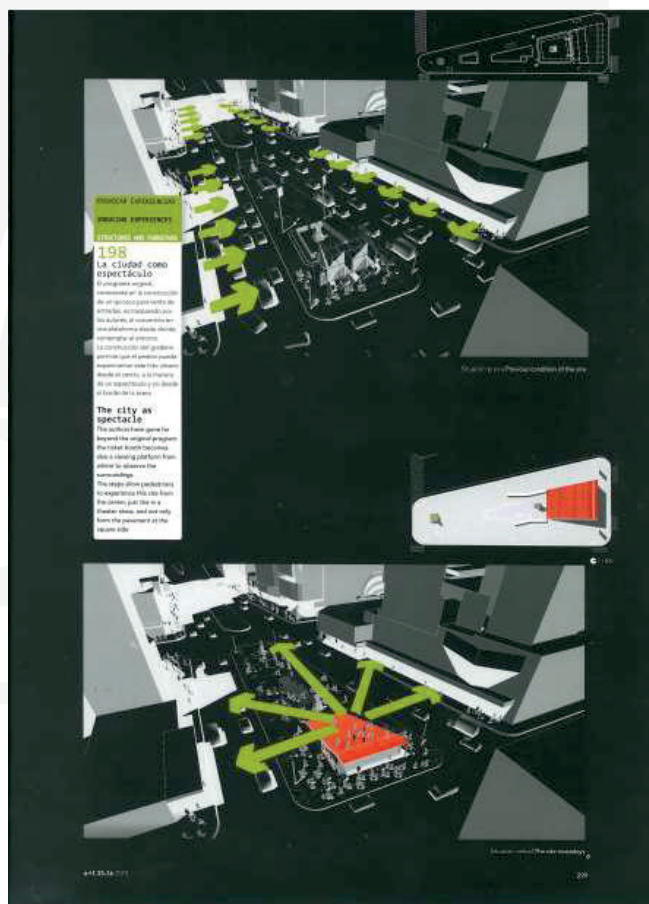
II. 9 i 10. Estakada High Line na Manhattanie (fot. autorka)





III. 11, 12. Lincoln Centre in Manhattan (photo by author)

II. 11 i 12. Lincoln Center na Manhattanie (fot. autorka)



III. 13. Time Square (a+t, Density series, Landscape, Urbanism, Strategies, Edita Publisher; a+t ediciones, p. 299)

II. 13. Time Square (a+t, Density series, Landscape, Urbanism, Strategies, Edita Publisher; a+t ediciones, ISSN 1132-6409, s. 299)

