

АЛЕКСАНДРОВА Анна Юрьевна

УДК 338.48+91

DOI: 10.22412/1995-0411-2017-11-2-7-00

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (Москва, РФ);
доктор географических наук, профессор; e-mail: analexan@mail.ru*

ТРАНСФОРМАЦИЯ ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА: ОТ ИНДУСТРИАЛЬНОГО ПРОШЛОГО К ЦЕНТРУ КУЛЬТУРЫ И ТУРИЗМА (КЕЙСЫ ГОРОДА ЛОДЗЬ)

Статья посвящена вопросам формирования пространства туристского проникновения в старо-промышленных монопрофильных городах. На примере города Лодзь (Польша) выявлены общие закономерности и особенности процесса. Подробно рассмотрена экономическая история города, главным образом период промышленного подъема, когда была заложена отраслевая структура городской экономики XIX–нач. XX вв. Эти знания были впоследствии положены в основу концепта туристского мега-продукта Лодзи. Глубокий кризис конца XX в. привёл к трансформации городского пространства благодаря развитию третичного сектора экономики и повышению туристской аттрактивности. Создание пространства туристского проникновения в Лодзи рассматривается сквозь призму ревитализации старопромышленных объектов, разработки новых востребованных турпродуктов и проведения интересных событийных мероприятий, эффективной маркетинговой кампании по продвижению Лодзи как культурного и туристского центра. Предложен алгоритм действий по возрождению старопромышленных монопрофильных городов. Статья написана с использованием большого объема официальной статистической информации Лодзинского воеводства, с привлечением широкого круга литературных источников польских авторов, а также интернет-источников национальной туристской администрации Польши. В широком спектре использованных общенаучных и специальных методов исследования наиболее важным является экспедиционный метод (неоднократное пребывание автора в Лодзи с научными целями) и проведение углублённых экспертных интервью. Автор выражает благодарность польским учёным, в особенности С. Лишевскому и Б. Влодарчику, за оказанную помощь при написании статьи.

Ключевые слова: городской туризм, культурно-познавательный туризм, событийный туризм, городское пространство туристского проникновения, особая экономическая зона, бренд, туристский маршрут, Польша, Лодзь.

Введение. Туризм является катализатором регионального развития. Благодаря ярко выраженному мультипликативному эффекту импульсы к росту, сгенерированные туристской деятельностью, передаются другим отраслям и сферам хозяйствования. В результате происходит оживление депрессивных территорий. В статье функциональные изменения в городском пространстве вследствие развития сферы услуг, в частности индустрии туризма, показаны на примере старопромышленного города Лодзь (Польша).

Лодзь, находящийся на водоразделе Вислы и Одры, переводится на русский язык как «лодка», «ладья». Город распо-

ложен в центре Польши, в 120 км к юго-западу от Варшавы, с 1999 г. – административный центр Лодзинского воеводства. По промышленному значению Лодзь – второй город страны после Варшавы, по численности населения занимает третье место, уступая Варшаве и Кракову.

Лодзь была выбрана в качестве объекта исследования неслучайно. После подъёма общественной и хозяйственной жизни в XIX в. город пережил глубокий кризис в конце XX столетия и в XXI век вошёл обновлённым благодаря развитию третичного сектора экономики и повышению туристской аттрактивности. Ревитализация старопромышленных объек-

тов, разработка новых востребованных турпродуктов и проведение интересных событийных мероприятий, эффективная маркетинговая кампания по продвижению Лодзи как культурного и туристского центра и в целом успешный проект по трансформации общественного пространства монопрофильной текстильной Лодзи заслуживают внимания, осмысления и применения в других городах, в частности нашей страны.

В работе использован широкий спектр как общенаучных, так и специальных методов исследования: сравнительно-исторический, сравнительно-описательный, статистический, экспедиционный, картографический, метод глубинных экспертных интервью, метод включённого наблюдения, метод изучения фотографий. Особенно важно, что автор проводил полевые исследования, неоднократно выезжая в Лодзь с научными целями. Это дало возможность прочувствовать атмосферу города и зафиксировать те изменения, которые произошли в городском пространстве за последние 10 лет.

Информационная база исследования представлена следующими группами материалов: литературные источники (статьи, научные сборники), публикации и отчеты национальной и региональной туристских администраций Польши, статистические данные службы государственной статистики Польши, результаты полевых исследований автора, в частности итоги экспертного опроса специалистов факультета географических наук Лодзинского университета и Института географии городов и туризма, в которых сосредоточены исследования туризма в г. Лодзи. Большим подспорьем при написании статьи стали работы польских учёных Б. Влодарчика, В. Кудни, Р. Роубы, особенно С. Лишевского и др. по широкому кругу вопросов социально-экономического развития Лодзи.

История города Лодзи. История Лодзи берет начало с небольшой деревни. Впервые она упоминается в документах в 1332 г. Довольно рано, в начале XV в., Лодзь получила городские права, но ещё долгое время, вплоть до начала XIX в., оставалась мелким аграрно-ремесленным

поселением, не имевшим сколько-нибудь заметного экономического или административного значения.

Подъем Лодзи пришёлся на 1820–1830-е гг. – время расцвета промышленных предприятий мануфактурного типа в Польше. Особенно быстро росла текстильная мануфактура и, в частности, предприятия по выработке сукна. Наместник Царства (Королевства) Польского Константин Павлович Указом от 20 сентября 1820 г. объявил Лодзь фабричным городом. Уже на следующий год к югу от старого города стал складываться суконный посад Нове-Място, который через три года в 1824–1828 гг. перерос в ткацкий посад¹. К 1840 г. площадь городской территории увеличилась до 27 кв. км.²

Промышленному развитию Лодзи способствовала экономическая политика Российской империи, в состав которой тогда входила Польша. В 1822 г. Россия снизила таможенные пошлины на экспорт сырья и на ввоз польских товаров. В Польшу хлынул дешёвый хлопок-сырец, и одновременно открылись ёмкие восточные рынки сбыта сукна. В Лодзи были построены многочисленные ткацкие фабрики и мануфактуры. За период с 1821 по 1829 годы она получила 580 тыс. польских золотых на индустриальное развитие, что составило 65% общего объёма финансирования промышленности всего Мазовецкого воеводства [6]. Послабление иммиграционной политики государства привело к притоку в Лодзь суконщиков и ткачей не только из Польши и с остальной территории России, но со всей Европы, прежде всего из Германии. Если в 1820 г. численность населения Лодзи составляла 767 чел., то к 1840 г. она увеличилась до 10 тыс., к 1862 г. – до 32 тыс. и к 1903 г. – до 320 тыс.³ За период с 1820 по 1903 гг. численность населения

¹ Страны мира. Лодзь. URL: www.worlds.ru/europe/poland/history_Lodz (Дата обращения: 16.12.2016).

² Лодзь (туризм). Megabook. Энциклопедия Кирилла и Мефодия. URL: [http://megabook.ru/article/Лодзь_\(туризм\)](http://megabook.ru/article/Лодзь_(туризм)) (Дата обращения: 16.12.2016).

³ Лодзь (туризм). Megabook. Энциклопедия Кирилла и Мефодия. URL: [http://megabook.ru/article/Лодзь_\(туризм\)](http://megabook.ru/article/Лодзь_(туризм)) (Дата обращения: 16.12.2016).

Лодзи выросла на 41 621%! Во вт. пол. XIX в. национальный состав Лодзи был весьма пёстрый: поляки (46,6%), евреи (29,4%), немцы (21,4%), русские (2,4%), другие национальности (чехи, силезцы и др. – 0,4%) [5].

Очередное снижение таможенных тарифов в 1850 г. придало новый виток промышленному развитию Лодзи. Фабрики ткацких магнатов еврейского происхождения Шейблера, Познаньского, Грохмана, Зильберштейна, Бидермана, Гейера, Кона, Киндермана, Хейнца, Розенבלата и др. получили известность далеко за пределами Польши и даже в Америке. В результате Лодзь превратилась в один из крупнейших европейских центров производства текстиля – «Восточный Манчестер».

Индустриальная мощь Лодзи в нач. XX в. особенно наглядно проявлялась в сравнении с уровнем развития текстильной промышленности всего Царства (Королевства) Польского. В 1913 г. в Польше насчитывалось 689 текстильных предприятий, на которых было занято 164 тыс. чел., 59 из них (8,6%) насчитывали более 500 рабочих каждое. В том же году в Лодзи работало 35 крупных текстильных фабрик с численностью занятых свыше 500 чел. на каждой из них [6]. Иными словами, свыше половины наиболее крупных ткацких фабрик Польши были сконцентрированы в Лодзи.

В XX в. Лодзь вновь оказалась на пороге социально-экономических перемен. Во время Второй мировой войны она в течение нескольких лет фактически была столицей Польши. После окончания войны Польша вошла в состав социалистического блока, и экономика страны стала планово-централизованной. Предприятия Лодзи были национализированы. Усилилась монопрофильность города: в структуре экономики по-прежнему доминировало текстильное производство, которое теперь работало на страны СЭВ. Сфера услуг серьёзно отставала по сравнению с другими городами. Такая ситуация сохранялась вплоть до 1989 г., когда в Польше начались политические и экономические реформы.

Ещё одним фактором, действующим длительное время и определяющим современное положение Лодзи, является территориальная близость к столице Варшаве. С одной стороны, этот факт вкупе с центральным местоположением и более низким уровнем издержек – конкурентное преимущество Лодзи, привлекающее инвестиции. С другой стороны, при поиске мест вложения капиталов в центре страны инвесторы чаще отдают предпочтение Варшаве, где хорошо развита инфраструктура, лучше инвестиционный климат, находятся органы государственной власти и штаб-квартиры корпораций. Варшава оттягивает не только инвестиционные потоки, но и рабочую силу. Как один из самых богатых городов Польши, столица предлагает хорошо оплачиваемые места приложения труда и привлекает мигрантов из других городов страны, что среди прочего во многом объясняет депопуляцию Лодзи.

Глубокие демографические, экономические и социальные изменения в Польше произошли после 1989 г. Первый этап реформ, проводимых в стране в 1989–1993 гг., носил характер «шоковой терапии» и заключался в ускоренном переходе от плановой к либерально-рыночной экономике. Он имел неоднозначные последствия. Реформы сопровождались закрытием многих неэффективных государственных предприятий, масштабной безработицей, социальным расслоением общества, резким падением уровня жизни основной массы населения и гиперинфляцией. Вместе с тем они способствовали развитию частного предпринимательства, приватизации государственной собственности и открыли страну для притока иностранных инвестиций.

Хотя трансформационные процессы охватили всю Польшу, как и другие страны Центральной и Восточной Европы, но наиболее ярко их последствия были заметны в городах, особенно таких старопромышленных, как Лодзь. На рис. 1 показаны основные внешние и внутренние факторы трансформации и результаты их воздействия в Лодзи.

С начала реформ Лодзь неуклонно теряла население. Люди уезжали в другие

Внешние факторы трансформации	Эффекты	Внутренние факторы трансформации
Распад социалистической системы и разрыв экономических связей после 1989 г.	Падение промышленного производства Банкротство государственных предприятий	Доминирование крупных застойных государственных предприятий
Приток дешёвых текстильных изделий из Азии, прежде всего Китая	Массовая безработица, низкий уровень заработной платы	Моноотраслевая экономика, господство старой отрасли промышленности, слаборазвитая сфера услуг
Утверждение принципов демократии	Демографический кризис, нарастание социальных проблем	Неблагоприятная демографическая ситуация
Интеграция с Европейским союзом	Приток иностранных инвестиций	Большие площади в центре города, занятые старыми ветхими строениями
Новые факторы локализации производства, Лодзинская особая экономическая зона	Реструктуризация промышленности, создание индустрии высоких технологий, появление кластера по производству бытовой техники, развитие сферы услуг и возрастание её доли в структуре экономики города Новые торговые партнёры в Западной Европе	
Развитие предпринимательства в Польше и наращивание процесса приватизации	Получение финансовых средств из фондов Европейского союза	Дешёвая и высококвалифицированная рабочая сила
Оживление центральных районов страны и территорий, по которым проходят транзитные европейские автомагистрали	Развитие городской инфраструктуры Увеличение туристских потоков. Новые возможности развития туризма в городе	Мультикультурное наследие Лодзи
	Ревитализация старопромышленных комплексов	Сильный университетский центр

Рис. 1 – Модель изменений в социально-экономической сфере Лодзи в период перестройки [3, с изм.]

Fig. 1 – Model of changes in the social and economic sphere of Lodz during the period of perestroika [3, with change]

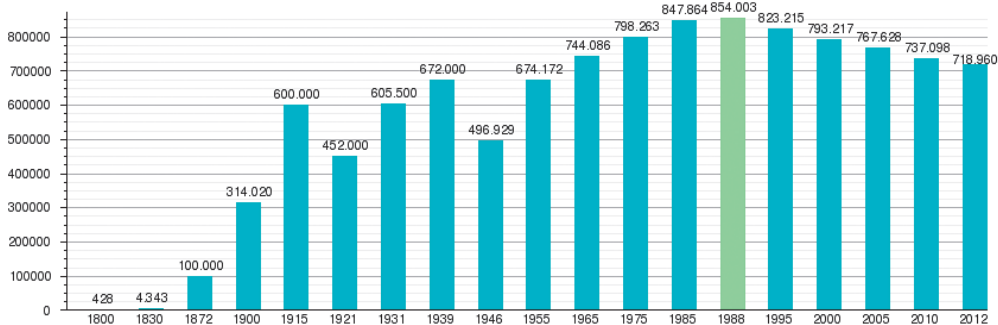


Рис. 2 – Динамика численности населения Лодзи в 1800–2012 гг., чел⁴.

Fig. 2 – Lodz population dynamics in 1800–2012, people

⁴ URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Лодзь> (Дата обращения: 18.12.2016).

города, главным образом в Варшаву и Краков. После 2004 г., когда Польша вступила в Евросоюз, стал расти поток тех, кто иммигрировал из Лодзи за границу. Процесс депопуляции города, начавшийся в 1990-е годы и продолжающийся по настоящее время, идёт столь высокими темпами, что вызывает озабоченность в стране (рис. 2). С 1988 по 2006 г. численность населения Лодзи уменьшилась на 11%, больше чем в остальных крупных городах страны. Таким образом, Лодзь без малого 20 лет находится в глубоком демографическом кризисе, обусловленном в первую очередь оттоком местного населения.

Отток в свою очередь был вызван закрытием многих государственных предприятий в городе в 1990-е гг. После распада социалистической системы Лодзь потерял основной рынок сбыта: Россия стала покупать текстильные изделия в других европейских странах и Китае. Среди обанкротившихся предприятий – две главные текстильные фабрики Лодзи, на которых в общей сложности трудились 25 000 чел. [3]. В Лодзи был зафиксирован самый высокий уровень безработицы по сравнению с другими крупными городами Польши (рис. 3). Ему сопутствовал высокий уровень криминализации в обществе.



Рис. 3 – Численность безработных в Лодзи и других крупных городах Польши [3]

Fig. 3 – Unemployment in Lodz and other cities of Poland [3]

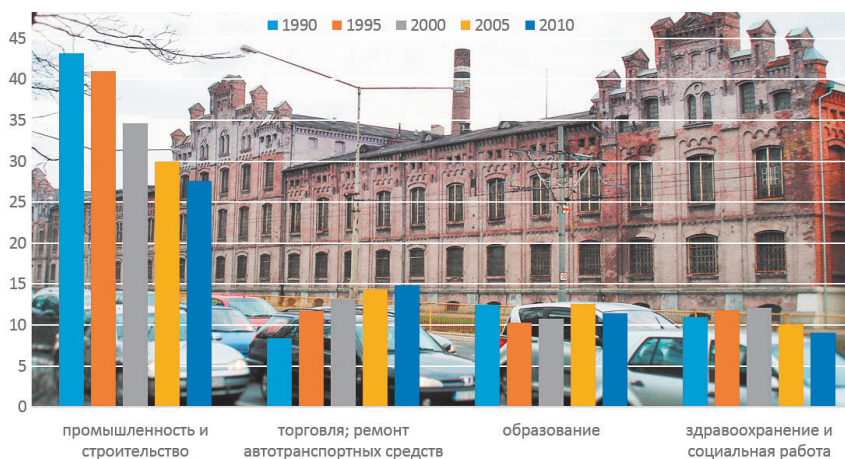


Рис. 4 – Структура занятости жителей Лодзи⁵

Fig. 4 – Employment structure of Lodz residents

⁵ Structure of employed persons. URL: http://stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/lodz/ASSETS_12m_struktura_pracujacych.pdf (Дата обращения: 18.12.2016).

Таблица 1 – Трансформации урбанистических структур в пост-коммунистических странах Центральной и Восточной Европы [3]

Table 1 – Transformation of urban structures in post-communist countries of Central and Eastern Europe [3]

	Урбанистические структуры		
	морфологическая	функциональная	социально-демографическая
Трансформационные процессы	<ul style="list-style-type: none"> • субурбанизация • джентрификация • ревитализация • рецессия 	<ul style="list-style-type: none"> • субурбанизация • коммерциализация • деиндустриализация • демилитаризация • сакрализация • функциональная фрагментация 	<ul style="list-style-type: none"> • субурбанизация • джентрификация • сегрегация • социальная сепарация, снижение социально-экономического статуса

В результате череды банкротств предприятий текстильной промышленности изменилась структура городской экономики: занятость в промышленном секторе сокращалась и перераспределялась в более трудоёмкий сектор услуг (рис. 4). Структура землепользования также обновилась. В Лодзи значительные по площади территории вместо индустриальных функций стали выполнять сервисные, в том числе туристско-рекреационные.

В табл. 1 сведены основные тренды в развитии урбанистических структур стран Центральной и Восточной Европы. Главные изменения морфологической структуры связаны с ростом пригородной зоны крупных городов (субурбанизация); комплексным изменением городской среды, сопровождаемым реконструкцией и обновлением старых городских построек (джентрификация и ревитализация); горизонтальным и вертикальным ростом городов, интенсификацией застройки или физическим износом и моральной деградацией постиндустриальной застройки (рецессия).

Функциональная структура меняется вместе с появлением «спальных районов» с многочисленными жилыми домами на окраинах города и в пригородах (субурбанизация) или строительством новых шопинг- и сервис-центров в этих районах (коммерческая субурбанизация). В функциональной структуре находят отражение такие процессы, как наступление коммерческих структур на общественное пространство, например, зелёные зоны (коммерциализация); снижение или полное прекращение индустриальных активностей в городе (деиндустриализация); демилитаризация или выполнение сакральных функций (сакрализация). От-

мечается также усиление диверсификации и смешения функций городов (функциональная фрагментация).

Новая социально-пространственная структура складывается в результате миграции городского населения на окраины города и в пригород (субурбанизация); вытеснения более состоятельными гражданами представителей низших классов из занимаемых ими городских пространств (джентрификация). Имеет место также пространственное разделение групп населения с разным экономическим и социальным статусом (сегрегация); снижение социально-экономического статуса у населения, проживающего в бедных районах города.

Эти трансформационные процессы прослеживаются в Лодзи. В их контексте следует рассматривать развитие туризма в городе.

Формирование пространства туристского проникновения. В польской специальной литературе [2; 5; 6] обосновано выделение пяти типов туристского пространства:

- пространство туристской эксплорации (разведки), где туристская деятельность направлена на открытие новых малоизвестных территорий без инвестиционных вложений;

- пространство туристского проникновения, в котором туристская деятельность сопряжена с познанием, приобщением к краеведению и кратковременным отдыхом;

- пространство туристской ассимиляции, в котором туристская деятельность нацелена на налаживание контактов с местным населением, ознакомление с их условиями жизни, обычаями, культурой и пр.;

- пространство туристской колонизации, в котором происходит туристское обустройство новых земель и меняется привычное землепользование, строятся дома отдыха, пансионаты, базы отдыха и пр., появляются дачные участки;

- пространство туристской урбанизации, где интенсивное туристское освоение сельской территории приводит к возникновению городских поселений. Это заключительная фаза процесса туристской колонизации, результатом которой является трансформация изначально туристских территорий в территории постоянного проживания населения.

Современная Лодзь может служить ярким примером формирования пространства туристского проникновения. Оно складывалось в процессе преобразований и преодоления ряда ограничений. На первом этапе главное препятствие носило ментальный характер. Власти города и местное население воспринимали город исключительно как промышленный, не видели его туристской привлекательности и возможности использования городской инфраструктуры в туристских и рекреационных целях. Для движения вперёд необходимо было изменить общественное сознание, переломить обывательское представление о неизбежной обречённости и отсутствии каких бы то ни было перспектив у старопромышленных монопро-

фильных городов, осознать неизбежность трансформации городского пространства и целесообразность превращения Лодзи в культурный и туристский центр. Сложность этой изначально непростой задачи возростала ещё и потому, что Лодзь никогда не выполняла туристские функции. Между тем городской центр сохранил историческую застройку и имеет оригинальный архитектурный облик, представляющий интерес для гостей города.

Как отмечалось выше, в XIX – нач. XX вв. в Лодзи проживали богатые еврейские семьи, которые много сделали для развития города, а их недвижимые активы, в частности особняки и дворцы, со временем стали туристскими достопримечательностями. Застройку Лодзи определяют промышленные архитектурные ансамбли. Один из них – «Княжеская мельница» («Ксенжи Млын») – был возведён К. Шейблером, самым богатым лодзинским промышленником, владельцем крупнейшей в Европе хлопчатобумажной фабрики. На площади в 500 га (1/7 территории Лодзи в границах 1913 г.) [6] разместился многофункциональный «фабричный город» с комплексом индустриальных зданий, рабочими кварталами и несколькими семейными резиденциями фабриканта, залом торжеств, домом культуры, костёлом, больницей с амбулаторией, школой, железнодорожной станцией, пожарной



Рис. 5 – Бывшая хлопчатобумажная фабрика Шейблера после реновации

Fig. 5 – The former cotton factory of Scheubler after renovation (the authorial photo)

охраной, магазинами, общественным парком и даже фольварком⁶ на 100 га. После ревитализации многие постройки получили вторую жизнь. Изменилось их функциональное предназначение. В них разместились музеи, рестораны, офисы, комфортабельные лофты⁷ (рис. 5). «Княжеская мельница» превратилась в самую крупную зону туристского проникновения в индустриальные комплексы Лодзи.

Это проникновение происходит разными путями, часто посредством показа тех или иных объектов, а также, что не менее, а даже, быть может, более важно, через ознакомление туристов с судьбой и общественной деятельностью известных фамилий, живших в Лодзи. Это позволяет по-новому представить город. Например, Шейблеры финансировали строительство католического храма, православных церквей и синагог. Под их покровительством находилось Лодзинское музыкальное общество. Они были учредителями и членами Лодзинского христианского благотворительного общества, Городской кредитной ассоциации, Общества строительства железных дорог и др.

Другой ткацкий магнат, создавший промышленную империю в Лодзи, – И. Познаньский. Его фабрика и сегодня пленяет масштабностью и монументальностью. На ней работало более 6 тыс. человек⁸. Это был город в городе с улицами, по которым ходили трамваи, и собственной электростанцией. Все фабричные здания были построены в свойственном им стиле из красного кирпича. Рядом с ними находился дворец И. Познаньского. Вместе с фабрикой он образует самый большой в Европе промышленный комплекс⁹. Во дворце в настоящее время размещается Музей истории Лодзи, а в резиденции сына И. Познаньского – Музей современного искусства.

⁶ Фольварк (польск. Folwark, от нем. Vorwerk – хутор) – польское наименование помещичьего хозяйства, в узком смысле слова – барской запашки.

⁷ Лофт – тип жилища, переоборудованное под жилье строение промышленного назначения.

⁸ URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Лодзь> (Дата обращения: 20.12.2016).

⁹ Megabook. Энциклопедия Кирилла и Мефодия. URL: <http://megabook.ru/article/Лодзь> (туризм) (Дата обращения: 20.12.2016).

Более развёрнутое представление о включенности в прошлом материальных активов богатейших семей Лодзи в современное городское пространство туристского проникновения даёт табл. 2.

Одним из условий формирования пространства туристского проникновения в Лодзи было восстановление пришедших в упадок индустриальных зданий, сооружений, территорий, в целом создание комфортной общественной среды в городе. Для этого применялся специальный вид государственного регулирования экономической деятельности на территории – особые экономические зоны (ОЭЗ).

В 1997 г. в Лодзинском и двух смежных воеводствах была создана ОЭЗ¹⁰. Её особенность состоит в том, что она носит не сплошной характер. Специальный режим хозяйствования был установлен для 44 отдельных территорий в общих границах. Наличие зоны служит важным фактором регионального развития. Она привлекает польских и иностранных инвесторов благодаря льготному налогообложению, низким ценам на недвижимость, стратегически выгодному местоположению в центре страны, квалифицированной и недорогой рабочей силе. В 2013 г. в международном рейтинге «Экономические зоны года» по версии FDI Intelligence (подразделение Financial Times, специализирующееся на прямых инвестициях) Лодзинская ОЭЗ заняла первое место в номинации «Лучшие условия для малого и среднего бизнеса». Она обеспечивает поддержку малому и среднему бизнесу со стороны местных властей, расширение их деловых связей и т.д.

Одна из задач Лодзинской ОЭЗ состоит в диверсификации региональной экономики за счёт развития сектора услуг, в частности туризма. В самом городе Лодзи один район за другим в определённой последовательности объявлялся ОЭЗ и таким образом привлекал иностранный капитал прежде всего из Франции, США и Германии. Кроме того, начиная с 2004 г. Лодзь также получала финансовую под-

¹⁰ A Guide to Special Economic Zones in Poland. Warszawa: KPMG, 2009. 62 p. URL: http://www.paiz.gov.pl/files/?id_plik=10800__ (Дата обращения: 21.12.2016).

Таблица 2 – Городское пространство туристского проникновения и наследие семей богатейших промышленников Лодзи [6]

Table 2 – Urban space of tourist penetration and legacy of the richest families of Lodz industrialists [6]

Семьи богатейших промышленников Лодзи						
Познаньский	Шейблер	Грохман	Рихтер	Гейер	Бидерман	Киндерман
<i>Промышленные постройки</i>						
Мануфактура – торгово-культурно-развлекательный комплекс	В сохранившемся здании в прошлом прядильной фабрики разместились лофты, рестораны; на хлопковом складе – офисные помещения	«Бочки Грохмана» – ворота на территорию ткацкой фабрики Грохмана (рис. 6). Сегодня на территории фабрики находится компания «Gronowski Crystal Fashion» – единственный в Польше оптовый продавец изделий компании «Сваровски»	Здание хлопчатобумажной мануфактуры используется под рестораны, пабы. Газетные офисы и типография	В здании Белой фабрики открыт Музей текстильной промышленности	Водонапорная башня (находится под охраной государства)	В здании хлопчатобумажной фабрики разместились отель «Фокус»
<i>Дворцы, виллы, резиденции</i>						
4 постройки, которые занимают Музей истории города Лодзи, Музей современного искусства, Медицинский университет, Музыкальная академия	Сохранились 3 постройки. В них находятся Музей кинематографии, Музей современного искусства. Дворец на ул. Петровской занимает Лодзинский политехнический университет	6 построек. В одной из вилл разместил коллекции Музей художественной книги	4 постройки, где находятся штаб-квартира скаутской организации, Лодзинский политехнический университет, Лодзинское международное бюро выставок	6 построек – особняк, резиденция, 4 виллы (сейчас здесь находятся медицинские учреждения, фирмы)	3 постройки, которые занимает Лодзинский университет	4 постройки – городская художественная галерея, Ассоциация польских учителей, прокуратура, частная резиденция
<i>Сады, парки, скверы, зелёные зоны</i>						
Парк при дворце (ныне Музей истории города Лодзь)	Парк «Зрудли-ска», недалеко от виллы Хербста	Парк им. Я. Килинского	Парк им. М. Клепча	Парк им. Реймонта и городской музей под открытым небом	Дворцовый парк Бидермана, парк 19 января	–
<i>Жилые кварталы для рабочих</i>						
Жилые кварталы для рабочих	Комплекс «Княжеская мельница», сохранившиеся жилые кварталы для рабочих	Дома для семей рабочих, директорский дом	–	Жилые кварталы для рабочих	Жилые кварталы для рабочих	–
<i>Общественные здания (больницы, школы, пожарная охрана и др.)</i>						
Больница, храм Св. Иосифа, клуб	Больница для рабочих, детская больница, здание пожарной охраны, магазины при школе и фабрике	Здание пожарной охраны, немецкая школа	Кафедральный собор Св. Станислава Костки в непосредственной близости от виллы Р. Рихтера	Школа, детский дом, театральный зал, футбольное поле, теннисные корты	Детский дом для детей-евангелистов	–
<i>Фамильные захоронения на кладбищах Лодзи</i>						
Семейный склеп на еврейском кладбище	Семейные склепы на старом Евангелическом кладбище			Фамильные места захоронения на старом Евангелическом кладбище		Надгробия на старом Евангелическом кладбище



Рис. 6 – «Бочки Грохмана»

Fig. 6 – Grochman's Barrels (the authorial foto)

держку из структурных фондов Евросоюза на развитие городской инфраструктуры. Часть инвестиций направлялась в гостиничное хозяйство. В город пришли международные гостиничные цепи, были возведены современные высококатегорийные отели «Andel», «Holiday Inn», «Qibus», «Ibis», «Campanile», «Focus» и др. Если в конце 1980-х годов в Лодзи насчитывалось всего девять категорийных отелей [3], то к 2013 г. их число возросло до 31¹¹. Количество размещённых в отелях города туристов увеличилось со 180 тыс. в 2001 г. [3] до 349,5 тыс. в 2013 г.¹² Кроме отелей, за последнее время в Лодзи были построены и другие туристские объекты, в частности спортивно-развлекательный центр «Lodz Atlas Arena».

Одним из наиболее интересных результатов функционирования ОЭЗ в Лодзи стала успешная ревитализация бывшей мануфактурной фабрики И. Познаньского. В 1990-е годы она была приобретена французской девелоперской компанией «Apsys», которая восстановила промышленные объекты и изменила их функциональное назначение. Комплекс получил название «Мануфактура» (рис. 7). Сегодня это крупнейший торгово-культурно-развлекательный центр во всей Центральной



Рис. 7 – «Мануфактура» – главная культурная и туристская достопримечательность города Лодзь (фото А.Ю. Александровой)

Fig. 7 – «Manufaktura» is the main cultural and tourist attraction in Lodz (the authorial foto)

и Восточной Европе. Его площадь составляет 110 000 м², на которой разместились 300 концептуальных помещений. Здесь находится шопинг-центр (около 260 магазинов, два гипермаркета); рекреационно-развлекательный центр с кинотеатром, роллердромом, скейт-парком, стеной для скалолазания, боулингом, ареной для лазерных игр; детский игровой центр; многочисленные рестораны и кафе и др. На территории «Мануфактуры» открыто несколько музеев, работает театр. «Мануфактура» и особенно её центральная площадь – излюбленное место встреч жителей и гостей города. Благодаря ревитализации и правильному позиционированию бывшей текстильной фабрики, позволившим максимально использовать рекреационный потенциал заброшенных промышленных территорий, «Мануфактура» стала главной культурной и туристской достопримечательностью города. Проект удостоен ряда престижных международных наград как лучший торгово-досуговый объект Центральной и Восточной Европы (2007), за продвижение продаж и событийных мероприятий (2007), лучший туристский продукт года (2010) и др.¹³

Пространство туристского проникновения охватывает не только отдельные объекты. Более важным для его форми-

¹¹ Statistics of Lodz 2014. 10 ed. Lodz: Statistical Office of Lodz, 2014. 314 p. URL: <http://lodz.stat.gov.pl/en/publications/statistical-yearbook/statistics-of-lodz-2014,1,11.html> (Дата обращения: 21.12.2016).

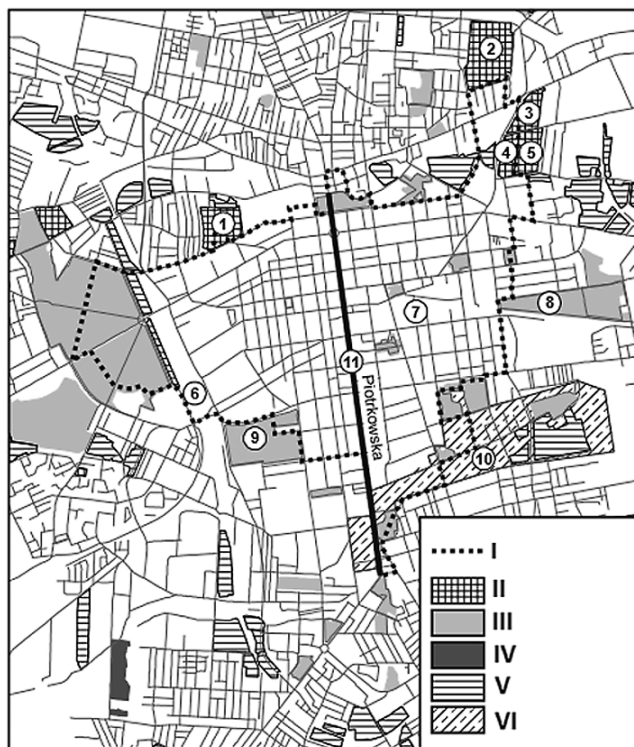
¹² Там же.

¹³ [https://pl.wikipedia.org/wiki/Manufaktura_\(Łódź\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Manufaktura_(Łódź)) (Дата обращения: 21.12.2016).

рования является создание туристских маршрутов, связывающих эти объекты воедино. В Лодзи был разработан пешеходный туристский маршрут по центральной части города «Зелёное кольцо», объединивший основные исторические, культурные и архитектурные достопримечательности. Он явился составной частью территориального плана развития Лодзи 1993 г. Маршрут проходит по территории 17 садов и парков, 4 кладбищ, 10 скверов и включает осмотр и посещение 7 крупных в прошлом промышленных строений XIX в., 33 памятника и 16 исторических комплексов, 11 спортивных сооружений [7] (рис. 8). Этот огромный культурно-исторический потенциал, раскрывающий зарождение и развитие индустриальной Лодзи, подготовлен для туристского использования.

В заключение остановимся ещё на одном важном факторе формирования пространства туристского проникновения – брендинге и продвижении

территории. Бренд Лодзи как культурной и туристской дестинации разрабатывался на принципах мультикультурности. В Лодзи удивительным образом переплелись четыре культуры – польская, еврейская, немецкая и русская. Этот колоритный сплав находит проявление в истории города, его архитектуре, людях. На городских улицах кафедральный собор Александра Невского и церковь Святой Ольги соседствуют с протестантской кирхой Св. Матюса и католическим костёлом Св. Станислава Костки, а также многочисленными синагогами. В городе находится одно из самых больших в Европе еврейских кладбищ, на котором можно увидеть склепы известных лодзинских фабрикантов. На Старом кладбище рядом похоронены католики, протестанты и православные. Все эти люди, впитавшие четыре столь разные культуры, строили сообща фабрики, храмы, театры и т.д. Общими усилиями они создали город, динамично развивавшийся и дававший им надежду на будущее.



- 1–5 – Кладбища:
 1 – старое,
 2 – еврейское,
 3 – общественное,
 4 – ортодоксальное,
 5 – романо-католическое;
 6–7 – Железнодорожные станции:
 6 – Лодзь-Калиска,
 7 – Лодзь фабричная;
 8–9 – лесопарки Лодзи;
 10 – фабричная застройка;
 11 – улица Петровская;

- Зоны:
 I – туристский маршрут
 «Зелёное кольцо»;
 II – кладбища;
 III – парки;
 IV – городские зелёные массивы;
 V – сады;
 VI – индустриальные зоны.

Рис. 8 – Туристский маршрут «Зелёное кольцо» по Лодзи [7]

Fig. 8 – The tourist route «Green Ring» in Lodz [7]

В прошлом столетии череда трагических событий прервала этот культурный диалог. В начале XXI в. было решено восстановить прекрасную традицию. В 2009 г. в городе прошёл первый фестиваль «Лодзь четырёх культур». Он направлен на популяризацию культур польского, еврейского, немецкого и русского народов, продвижение их стран и языков. Фестиваль соединяет прошлое с будущим и представляет Лодзь как город с уникальным наследием и творчески его развивающим.

Культурный календарь Лодзи богат событиями. В городе регулярно проходят крупные международные театральные фестивали, в том числе уличные, а также музыкальные, балетные, книжные, фольклорные и другие фестивали. Среди них Международный фотофестиваль, Международный фестиваль комиксов и игр, Лодзинская биеннале современного искусства, Летний фестиваль искусств, Фестиваль европейских театров и пр.

Проведение массовых культурных мероприятий открывает большие возможности для продвижения города, формирования его имиджа. Они помогают привлечь туристов, удовлетворить экономические, социальные и культурные потребности местного населения. Фестивали становятся пространством (не столько физическим, сколько «творческим местом») для встреч и общения местных жителей и туристов, зрителей и авторов работ. Участие в них позволяет получить новый опыт, коммуникации и ощущение разнообразия.

Организация фестивалей выдвигает Лодзь в разряд креативных городов, т.е. таких, которые выявляют и максимально задействуют культурные ресурсы. Креативность, концепция которой была развита Р. Флоридой и Ч. Лэндри в нач. 2000-х гг., является одним из условий конкурентоспособности городской территории в современных условиях [1, 4]. Как свидетельствует мировой и, в частности, польский опыт, фестивали сегодня – это мощнейший инструмент культурного обновления городов и расширения их туристского предложения.

Заключение. Современная Лодзь может служить прекрасным примером турист-

ского проникновения в городскую среду. Этот старопромышленный монопрофильный город прежде никогда не выполнял туристские функции. Туристское пространство здесь стало формироваться на волне интереса к достижениям индустриальной эпохи как важной стадии в развитии цивилизации. Благодаря туристскому проникновению в городе складывается креативная среда. Однако такое проникновение требует тщательной пошаговой подготовки.

В Стратегии развития туризма в Лодзи изложен концепт туристского мега-продукта, основанный на индустриальной истории и деятельности богатейших семей города. Благодаря ревитализации, сопровождавшейся глубокими и масштабными социально-экономическими изменениями в обществе, многие объекты, связанные с жизнедеятельностью известных промышленников, приобрели туристскую привлекательность. В их числе:

- фабричные постройки, которые изменили функциональное предназначение и стали отелями, фешенебельными офисами, музеями или лофтами;

- дворцы, виллы, резиденции фабричных магнатов – знаковые достопримечательности города, где в настоящее время размещаются музеи, университеты и др.;

- сады и парки, окружающие дворцы и виллы. Эти зелёные зоны удачно вписаны в компактную структуру городского центра;

- старые кладбища, где сохранились надгробия и фамильные склепы лодзинских фабрикантов;

- жилые кварталы рабочих, больницы, школы, транспортная инфраструктура (трамвайные линии), храмы разных конфессий и другие общественные здания, построенные на деньги промышленников.

Как показывает опыт Лодзи, глубокие знания в области краеведения помогают лучше организовать и структурировать городское пространство туристского проникновения.

Важным условием возрождения Лодзи была активная позиция местных властей и проведение успешных маркетинговых кампаний. Благодаря государственно-частному партнёрству и использованию специальных инструментов в виде особых

экономических зон город смог привлечь инвестиции. Реализация флагманского проекта, включающего ревитализацию промышленных территорий, функционально-пространственную модернизацию городского общественного центра, а также формирование и продвижение нового имиджа города, организацию многогранных культурных событий – это был уникальный шанс представить Лодзь на туристской карте Польши, которым город воспользовался полномасштабно. Сегодня Лодзь получают яркие впечатления

и общую удовлетворённость от посещения города, экскурсионных прогулок и осмотра туристских достопримечательностей, участия в зрелищных событийных мероприятиях.

Опыт Лодзи важен не только в польском контексте, но и для российских условий. Он показывает, как старопромышленные монопрофильные города могут получить вторую жизнь посредством скоординированных действий всех заинтересованных сторон и творческого применения международного опыта.

Список источников:

1. Лэндри Ч. Креативный город. М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2011. 399 с.
2. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика. К.: Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
3. Cudny W. Socio-economic changes in Lodz – the results of twenty years of system transformation // Geographical journal. 2012. Vol.64. № 1. Pp. 3–27.
4. Florida R.L. Cities and the creative class // City and Community. 2003. Vol. 2. № 1. Pp. 3–19.
5. Liszewski S. Urban “tourism exploration space”: the example of Lodz // Tourism. 2009. Vol.19, № 1–2. Pp. 57–62. DOI: 10.2478/V10106-009-0007-8.
6. Liszewski S. Urban tourist penetration space – an industrial city case study // Economic problems of tourism. 2014. Vol.4(28). № 836. Pp. 307–324.
7. Prusinowski P. Szlak pieszy i przewodnik turystyczny po „Zielonym Kręgu Tradycji i Kultury” jako element produktu turystycznego Łodzi. Master’s thesis at the Institute of Urban Geography and Tourism. Łódź: Łódź University, 2008. 10 p.

Anna Yu. ALEKSANDROVA

Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia);

PhD (Dr. Sc.) in Geography, Professor; e-mail: analexan@mail.ru

TRANSFORMATION OF URBAN SPACE: FROM INDUSTRIAL PAST TO CULTURAL AND TOURISM CENTRE (THE CASE OF LODZ)

The article discusses the course of tourism space penetration in old single-industry towns. Common patterns and special features of this process are revealed, Lodz, Poland taken as an example. The study examines economic history of the city for the period of XIX – early XX centuries’ industrial boom when key branches of the city’s economy were formed. This knowledge was later used as a basis for Lodz tourism mega-product concept. Deep crisis of the late XX century led to the urban space transformation through the tertiary sector growth and the improvement of the city’s tourism attractiveness. Arrangement of tourism space penetration in Lodz is viewed through the prism of old industrial sites revival, development of new demanded tourism products, effective event management and marketing campaign on promoting Lodz as cultural and tourism centre. The action plan for revitalization of old single-industry towns is presented.

The article looks into a large amount of official statistical information of Lodz region together with the wide range of works by Polish authors as well as Internet sites of Polish National Tourism Administration. The methods of field studies (based on the author’s multiple visits to Lodz for scientific purposes) and expert in-depth interviews are the most important in broad spectrum of general scientific and special research methods. The author would like to express her gratitude to the Polish scientists, Stanislaw Liszewski and Bogdan Włodarczyk in particular, for their support in writing this article.

Keywords: urban tourism, cultural tourism, event tourism, tourism space penetration, special economic zone, brand, tourist route, Poland, Lodz.

References

1. **Lendri, Ch.** (2011). *Kreativnyj gorod [Creative City]*. Moscow: «Klassika-XXI» Publ. House. (In Russ.).
2. **Mal's'ka, M.P., & Hudo, V.V.** (2007). *Turistichnij biznes: teorija ta praktika [Tourism Business: Theory and Practice]*. Kyiv: Centr uchbovoi literatury. (In Ukr.).
3. **Cudny, W.** (2012). Socio-economic changes in Lodz – the results of twenty years of system transformation. *Geographical journal*, 64(1), 3–27.
4. **Florida, R.L.** (2003). Cities and the creative class. *City and Community*, 2(1), 3–19.
5. **Liszewski, S.** (2009). Urban “tourism exploration space”: the example of Lodz. *Tourism*, 19(1–2), 57–62. doi: 10.2478/V10106-009-0007-8.
6. **Liszewski, S.** (2014). Urban tourist penetration space – an industrial city case study. *Economic problems of tourism*, 28(836), 307–324.
7. **Prusinowski, P.** (2008). Szlak pieszy i przewodnik turystyczny po „Zielonym Kręgu Tradycji i Kultury” jako element produktu turystycznego Łodzi. Master’s thesis at the Institute of Urban Geography and Tourism. Łódź: Łódź University.

Александрова А.Ю. Трансформация городского пространства: от индустриального прошлого к центру культуры и туризма (кейсы города Лодзь) // Современные проблемы сервиса и туризма. 2017. Т. 11. № 2. С. 47–60.

DOI: 10.22412/1995-0411-2017-11-2-47-60.

Дата поступления статьи: 20 января 2017 г.

Aleksandrova, A.Yu. (2017). Transformation of urban space: from industrial past to cultural and tourism centre (the case of Lodz). *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 11(2), 47–60.

doi: 10.22412/1995-0411-2017-11-2-47-60. (In Russ.).

Received January 20, 2017

ТУРДАЙДЖЕСТ

TOURDIGEST



РЕЙТИНГ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАН В СФЕРЕ ТУРИЗМА – 2017

Всемирный экономический форум (ВЭФ) опубликовал новый рейтинг конкурентоспособности стран в сфере туризма. Исследование ВЭФ публикуется раз в два года, начиная с 2007. В нем участвуют 136 стран из всех регионов мира. Страны оцениваются по позициям, связанным с приёмом туристов. Сюда входят историческое и культурное наследие, развитие экономики, транспорта, мобильной связи, медицины, открытость населения и многое другое.

Первые места в рейтинге 2017 года заняли Испания, Франция, Германия, Япония, Великобритания, Австралия, Италия, Канада и Швейцария. При этом лидеры за два года практически не изменились, хотя некоторые страны поменялись местами. Как поясняется, первое место Испании связано с уникальным сочетанием природных ресурсов и культурного наследия с развитым сервисом. Франция, как и в 2015 году, заняла второе место, при этом в категории безопасности она потеряла пять пунктов из-за произошедших за это время терактов. Япония стала лидером среди азиатских стран (4-е место в общем рейтинге), на 11-м месте Сянган/Гонконг, на 15-м – Китай. Среди латиноамериканских государств выше всех Мексика (22-е место), среди стран Ближнего Востока – ОАЭ (29-е место), на Африканском континенте лидером стала ЮАР (53-е). На постсоветском пространстве лучшая позиция рейтинге у Эстонии (37). Россия заняла 43-е место.

Среди государств, показавших наибольшее рост туристической привлекательности за два года, лидером стала Япония, поднявшаяся на пять мест. За ней следует Азербайджан, прибавивший 13 строчек рейтинга (71-е место), Таджикистан (107-е место, плюс 12 позиций), Вьетнам (67-е место, плюс 8) и Израиль (61-е место, плюс 11). Успех Азербайджана авторы рейтинга объясняют упрощением визового режима для иностранцев, новыми мерами по защите окружающей среды, снижением цен на гостиницы.

По материалам сайтов

<https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>

http://tourism.interfax.ru/ru/analytics/market_overview/40342/

(дата обращения: 14.06.2017)