

*Paulina Tobiasz*  
Uniwersytet Łódzki

# Przemysłowy wizerunek Łodzi a poprzemysłowy charakter miasta. Adaptacja dziedzictwa kulturowego do nowych warunków społeczno- -gospodarczych

## Wprowadzenie

**Miasto** to fragment oswojonej przestrzeni, w którym kumulują się budowle jednak krajobraz miejski jest czymś więcej niż tylko ich sumą – jest konstrukcją złożoną z poszczególnych obiektów i kompozycji architektonicznych, które pojawiały się w różnych okresach historycznych, powstawały według określonych kanonów architektonicznych i w odpowiedzi na potrzeby kolejnych pokoleń danego społeczeństwa (Pirveli 2005).

*„Każda epoka w społecznej historii architektury ma swoje własne modele i w każdej epoce społeczeństwo ocenia swoją architekturę według pewnych stereotypów”* (Jałowicki 2005 za Wallis 1984).

Poprzez **model B**. Jałowicki (2005) rozumie trwałą przestrzenną formę architektoniczną wynikającą z dominacji określonych funkcji, jak też wysoko cenionych społecznie w danej epoce wartości, a więc na tak rozumiany model składają się funkcje i symbolika danego obiektu. Należy zatem zwrócić uwagę, że po okresie panowania takich modeli w przestrzeni jak: kościół, rynek, ratusz czy zamek, nastąpiła epoka fabryk, dworców kolejowych, kamienic, które z kolei zostały współcześnie zastąpione przez blok mieszkalny, wieżowiec, centrum handlowe, czy autostradę (por. tab. 1). Natomiast pojęciem **stereotypu** określono zespół kryteriów użytkowych i estetycznych służących aktualnej waloryzacji przestrzeni, które są mniej stabilne niż modele i ulegają różnym modom. Stały, codzienny, trwający wiele lat kontakt z tymi samymi dziełami architektury, kompozycją przestrzeni, detalami architektonicznymi wpływa na sposób ich percepcji przez człowieka.

Tabela 1  
Modele architektoniczne na przestrzeni wieków

DOMINUJĄCE MODELE OKRESU		
przedprzemysłowego	przemysłowego	poprzemysłowego
Kościół Rynek Ratusz Zamek	Fabryka Dworzec kolejowy Blok mieszkalny Wieżowiec	Centrum handlowe Park przemysłowy

Źródło: B. Jałowiecki 2005.

Wydaje się uzasadnione twierdzenie, że Łódź jest miastem specyficznym ze względu na strukturę przestrzeni, która w swoich najstarszych fragmentach nie uległa przekształceniom, chociaż zmieniała się funkcja znacznej części obiektów architektonicznych w nich zlokalizowanych. Jeżeli zatem elementy architektury miasta, nazywanego często „polskim Manchesterem”, rozpatrywać będziemy poprzez pryzmat modeli zaproponowanych przez B. Jałowieckiego, wówczas okaże się, iż większość z nich straciła swoją pierwotną funkcję, ale nadal przemawia tym samym językiem symboli. Model miasta przemysłowego na płaszczyźnie przestrzennej przeradza się w model miasta poprzemysłowego, jeżeli rozpatrujemy go poprzez funkcje. W gospodarce Łodzi pojawia się wyraźna dominacja sektora usługowego, w którym istotną rolę w sensie przestrzennym odgrywają centra handlowe.

Na podstawie powyższych rozważań za cel niniejszego artykułu przyjęto ukazanie trwałości dominacji symboliki miasta przemysłowego zarówno w strukturze przestrzennej Łodzi, jak i w świadomości łodzian, która jest wykorzystywana i umacniana poprzez zabiegi **tematyzacji przestrzeni**<sup>1</sup> modeli miasta epoki poprzemysłowej takich jak centra handlowe.

Projektując niniejsze badanie postawiono następujące tezy:

- Łódź jest miastem, którego architektura nawiązuje do modeli (rozumianych jako trwała forma o określonych funkcjach i symbolice-zdefiniowane wyżej) miasta przemysłowego i jako takie jest postrzegane przez jego mieszkańców.
- Na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat Łódź poszukuje dla siebie nowego, postindustrialnego wizerunku, a w strukturze przestrzennej miasta zaczynają pojawiać się modele miasta poprzemysłowego.
- W kreowaniu nowych przedsięwzięć gospodarczych, a zwłaszcza w projektowaniu przestrzeni centrów handlowych twórcy sięgają do wzorców architektonicznych z epok minionych wpisując swe działania w krąg tematyzacji przestrzeni.

<sup>1</sup> Tematyzacja przestrzeni to wszystkie działania prowadzone przez inwestorów, mające na celu dopełnienie jej silnym elementem narracyjnym i eliminowanie w ten sposób niepożądanych albo kłócących się ze sobą obrazów, idei czy doznań (Lorens 2005).

Dla weryfikacji postawionych tez, a jednocześnie realizacji celu opracowania, wykorzystano metodę analizy treści fotografii oraz wywiadu w oparciu o standaryzowany kwestionariusz ankietowy. Tym samym możliwe stało się porównanie zobiektywizowanego obrazu przestrzeni Łodzi, zarówno współczesnego, jak i epok minionych z jego subiektywną oceną dokonywaną przez współczesnych mieszkańców.

Problem podjęty w artykule mieści się w nurcie geografii humanistycznej, której przedmiotem jest człowiek i świat jego przeżyć. Dostęp do tego świata uzyskujemy dzięki znakom ekspresji, w których się on wyraża. Metodologia geografii humanistycznej zakłada możliwość pośredniego poznania ludzkiej świadomości poprzez obserwację jej przejawów takich jak: wypowiedzi, gesty, dzieła. Pozwala na to szeroka gama metod, od fenomenologii przez hermeneutykę, semiologię, lingwistykę po strukturalizm, dzięki którym w inny sposób można spojrzeć na miasto – dotrzeć do źródeł ludzkiej wiedzy o przestrzeni miejskiej, co nie byłoby możliwe gdyby naśladowano nauki przyrodnicze. W niniejszym artykule posłużono się jednym z rodzajów analizy fotografii<sup>2</sup>, a mianowicie analizą strukturalistyczną, która przedmiotem interpretacji czyni obraz – pewien fakt wizualny, w oderwaniu od autora. Ma ona przede wszystkim charakter merytoryczny, treściowy, dąży do odkrycia wielu poziomów, na których ukryte są społeczne i kulturowe znaczenia przynieszone przez obraz i rozszyfrowania tych znaczeń (Sztompka 2005). Analiza treści fotografii stanowi uzupełnienie, czy też wzbogacenie metody obserwacji. Jednocześnie należy podkreślić, iż „siłą fotografii jest to, że otwiera dla analizy momenty, które zwykły bieg czasu natychmiast zastępuje następnymi” (Sztompka 2005), co jest niezwykle istotne z punktu widzenia niniejszego opracowania.

## Wizerunek Łodzi na podstawie analizy treści kart pocztowych

W artykule wykorzystano kolekcję archiwalnych kart pocztowych Jerzego Rosiaka opublikowanych w zbiorze zatytułowanym „Łódź na starych pocztówkach”, reпрinty archiwalnych kart pocztowych oraz współczesne widokówki dostępne w Łodzi. Łącznie zebrano 100 fotografii, w tym 20 wydanych w latach 1810–1840 (okres Łodzi przedprzemysłowej), 50 wydanych w latach 1841–1990 (okres Łodzi przemysłowej) i 30 wydanych w latach 1991 i później (okres Łodzi poprzemysłowej)<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> W ramach analizy treści fotografii P. Sztompka (2005) wyróżnia analizę hermeneutyczną, semiotyczną i strukturalistyczną.

<sup>3</sup> Mimo iż decyzja o utworzeniu w Łodzi ośrodka przemysłu włókienniczego zapadła w roku 1820, a osadę Nowe Miasto, której centrum stanowił Rynek Nowego Miasta wybudowano w latach 1821–1823, w niniejszym artykule za początek okresu przemysłowego przyjęto moment sprowadzenia do zakładu L. Geyera pierwszej maszyny parowej (rok 1839) oraz ostatniej planowej regulacji układu przestrzennego miasta (rok 1840 – wytyczenie Nowej Dzielnicy). Dalszy rozwój Łodzi przebiegał w sposób chaotyczny. Za początek okresu poprzemysłowego przyjęto rok 1990, kiedy to rozpoczęły się procesy transformacji społeczno-gospodarczych w kraju.

Tabela 2  
Treści fotografii przedstawiających przestrzeń Łodzi

		KARTY POCZTOWE WG DATY WYDANIA									
		1800–1840			1841–1990			1991–obecnie			
		model	częstość	%	model	częstość	%	model	częstość	%	
DOMINUJĄCE MODELE EPOK	przedprzemysłowa	Rynek	18	60	Rynek	7	7	Rynek	3	6	
		Kościół	8	27	Kościół	18	18	Kościół	6	13	
		Ratusz	4	13	Ratusz	1	1	Ratusz	1	2	
	przemysłowa				Fabryka	16	16	Fabryka	8	17	
					Pałac fabrykanta	25	25	Pałac fabrykanta	13	28	
					Ulica handlowa	22	22	Ulica handlowa	9	19	
					Dworzec kolejowy	5	5	Dworzec kolejowy	–	–	
					Dom mieszkalny	4	4	Dom mieszkalny	1	2	
	poprzemysłowa							Centrum handlowe	4	9	
								Wieżowiec	2	4	
	razem			30	100		100	100		47	100

Źródło: Opracowanie własne.

Następnie dokonano analizy ich treści według procedury proponowanej przez P. Sztompkę (2005)<sup>4</sup>. Protokół kodowania materiału fotograficznego ustalono na podstawie dominujących modeli okresu przedprzemysłowego, przemysłowego i poprzemysłowego w miastach europejskich wskazanych przez B. Jałowickiego (2005) i zaprezentowanych w tabeli 1. Następnie dokonano kodowania zdjęć przypisując ustalone kategorie (kody) do każdego ze zdjęć oraz przeprowadzając analizę ilościową polegającą na ustaleniu częstości występowania każdej kategorii w materiale zdjęciowym.

Analiza zdjęć wykonanych w różnych okresach w dziejach miasta, prezentujących szczególnie ważne elementy jego przestrzeni pozwoliła wyodrębnić swoiste „ikony”, które świadczą o tożsamości Łodzi. Na podstawie przeprowadzonego badania 100 fotografii można stwierdzić, iż na pocztówkach z lat 1810–1840 pojawiają się wyłącznie modele okresu przedprzemysłowego. Najczęściej fotografie przedstawiają Rynek Starego oraz Rynek Nowego Miasta z ich zabudowaniami (fot. 1). Pocztówki z okresu 1841–1950, w których przeważały fotografie wykonane na przełomie wieku XIX i XX – w czasie najgwałtowniejszego rozwoju Łodzi

<sup>4</sup> Analiza treści w odniesieniu do fotografii polega na wyodrębnieniu elementów wizualnych istotnych z punktu widzenia postawionego problemu czy pytania badawczego, obliczeniu częstości ich występowania w starannie dobranej kolekcji zdjęć, a następnie dokonaniu analizy ilościowej rezultatów.



Fot. 1. Ratusz na Rynku Nowego Miasta

Źródło: Bonisławski R., 1998



Fot. 2. Fabryka I.K. Poznańskiego

Źródło: Bonisławski R., 1998



Fot. 3. Dworzec kolei fabrycznej – łódzkiej

Źródło: Bonisławski R., 1998

Fot. 4. Ulica Piotrkowska – widok Kościoła  
św. Ducha

Źródło: Bonisławski R., 1998



Fot. 5. Współczesna pocztówka z Łodzi

Źródło: zbiory własne autorki

jako centrum przemysłu włókienniczego, prezentują przede wszystkim modele okresu przemysłowego, a więc fabryki, pałace fabrykantów, ulicę Piotrkowską jako najważniejszy trakt miejski, dworce kolejowe (fot. 2 i 3). Niezwykle często pojawia się ważny model okresu przedprzemysłowego – kościół (fot. 4). Budowle te często finansowali najzamożniejsi fabrykanci w Łodzi, dlatego w okresie przemysłowym wzniesiono w mieście najwięcej świątyń wielu wyznań. W analizie treści 30 widokówek wydanych po 1990 roku modele okresu poprzemysłowego stano-

wiły około 13% ich treści, zaś przykłady architektury okresu przemysłowego aż 66% (fot. 5).

Tym samym można zweryfikować pierwszą z postawionych tez, iż we współczesnej strukturze przestrzennej miasta najbardziej widoczne są modele okresu przemysłowego w ich symbolicznej płaszczyźnie i to one promują Łódź. Nie powinien zatem dziwić fakt, iż Łódź jest w dalszym ciągu utożsamiana właśnie z miastem przemysłowym. Nasuwa się jednak wątpliwość czy Łódź ma szansę stać się nowoczesnym miastem postindustrialnym.

### **Przestrzeń Łodzi w świadomości jej mieszkańców**

Nawiązując do badania przeprowadzonego przez D. Francescato i W. Mebane (1973) wśród mieszkańców dwóch włoskich miast – Rzymu i Mediolanu, w trakcie wywiadu kwestionariuszowego zadano łodzianom pytania otwarte dotyczące skojarzeń, znajomości miasta, pozytywnych i negatywnych zjawisk obecnych w jego strukturze. Podając przykłady określeń typowych dla znanych miast w Polsce czy na świecie tj., Kraków – „miasto gołębi”, Nowy Jork – „stolica świata”, dano także możliwość wskazania „przydomka” dla Łodzi, który jednoznacznie określałby charakter miasta. Identyfikacji najważniejszych cech wyróżniających Łódź dokonano zestawiając odpowiedzi respondentów na postawione w kwestionariuszu pytania „Z czym kojarzy się Pani/Panu Łódź?”, „Co pokazał (a) by Pan (i) osobie, która po raz pierwszy jest w Łodzi”.

Odpowiedzi udzielone przez grupę 200 łodzian<sup>5</sup> były bardzo zróżnicowane ponieważ nie ograniczono ich liczby, jednak większości respondentów Łódź kojarzyła się z przemysłem – stąd przydomki: „Miasto Włókiennictwa”, „Miasto Fabryk”, „Łódź Robotnicza”, „Miasto Kominów”. Gdyby zsumować wszystkie te określenia, które były metaforą dla miasta o rodowodzie przemysłowym okazałoby się, że co czwarty łodzianin w przemyśle upatruje istotę Łodzi. Ulica Piotrkowska stała się podstawą dla „Miasta Jednej Ulicy”, a riksze, które na stałe wpasowały się w krajobraz „Pietryny” spowodowały, iż respondenci nazwali je „Miastem riksza”. Puby, restauracje i kawiarnie – typowa forma zagospodarowania ulicy Piotrkowskiej i podwórek kamienic przy niej stojących, to źródło innego przydomka Łodzi – tj.: „Miasta Pubów”. Państwowa Wyższa Szkoła Filmowa i Telewizyjna powstała w latach powojennych i wydająca kolejne pokolenia sławnych aktorów i reżyserów, aleja gwiazd na ulicy Piotrkowskiej, a także organizowany od kilku lat w Łodzi słynny festiwal sztuki operatorskiej „CAMERIMAGE” stoją za nadaniem Łodzi przydomka „Łodzi Filmowej” czy „Hollyłodzi”.

Zapytani o te elementy przestrzeni, z którymi kojarzy się Łódź, respondenci wskazywali dwa obiekty – „wizytówki” Łodzi, a były nimi ulica Piotrkowska (fot. 6)

---

<sup>5</sup> Dobór próby miał charakter przypadkowy. Wszyscy respondenci byli pełnoletni. Badania prowadzono wiosną 2006 roku.





Fot. 6. Ulica Piotrkowska

Źródło: Ostapowicz (red.) 2000



Fot. 7. Pałac Poznańskiego

Źródło: Opracowanie własne

i Pałac Poznańskiego (fot. 7). Łodzianie nie zapominali o fabrykach, kamienicach czy pałacach pamiętających czasy rozkwitu przemysłu włókienniczego. Zapytani o to, co pokazaliby osobie, która pierwszy raz przebywa w Łodzi, najczęściej wskazywali ulicę Piotrkowską, Pałac Poznańskiego, Centrum Handlu i Rozrywki „Manufaktura” oraz Rezydencję Księża Młyn. Wśród pozostałych łódzkich atrakcji znalazło się Centralne Muzeum Włókiennictwa – jedna z niewielu tego typu placówek w Europie.

Łódź w opiniach mieszkańców to przede wszystkim miasto przemysłu włókienniczego, któremu zawdzięcza ono swój żywiłowy rozwój. Świadczą o tym obiekty architektury przemysłowej wskazywane jako te, które kojarzą się z miastem. Czytelność dziedzictwa kulturowego jest jedną z cech układu istotnego dla pozytywnego odbioru zurbanizowanej przestrzeni przez jej użytkowników i mieszkańców (Sagan 1995). Ważne jest, aby w procesie budowy czy przebudowy nie unicestwić „społecznej pamięci” o generacjach ludzi, którzy miasto budowali i w nim żyli. Niektóre odpowiedzi respondentów wskazują jednak na silne zróżnicowanie obecnego charakteru miasta, które szuka swojego nowego postindustrialnego wizerunku (Tobiasz 2007a).

## Centra handlowe jako model miasta poprzemysłowego i ich tematyzacja

W wyniku przemian gospodarczych, które nastąpiły w Polsce w ciągu ostatnich 20 lat, w przestrzeni miast pojawiły się centra handlowe (*shopping malls*). W Łodzi

powstały dwa malle – Galeria Łódzka oraz Centrum Handlu i Rozrywki „Manufaktura” na terenie dawnych Zakładów I.K. Poznańskiego. Cechą charakterystyczną dla tych nowych środków konsumpcji jest możliwość zrobienia zakupów w jednym miejscu oraz przejmowanie funkcji centrów miast.

Centra handlowe to zamknięte budynki, mieszczące pod swoim dachem sklepy, supermarkety, kina i restauracje; projektowane jako miniaturowe miasto – przestrzeń zaspokajająca wszystkie potrzeby współczesnego konsumenta. W.S. Kowinsky (2002) twierdzi, że centrum handlowe można uznać za strukturę przestrzenną najbardziej reprezentatywną dla naszych czasów: *„Każda epoka ma swoje znaczące struktury, które świadomie czyż lub nieświadomie wyrażają to, co epoka ceni; od piramid do katedr i pałaców Europy, do stacji kolejowych i amerykańskich drapaczy chmur. Mall to katedra konsumpcji, znacząca struktura naszej epoki”*<sup>6</sup>.

Centrum handlowe jest najczęściej „implantem”, tworem wszczepionym nagle w tkankę miasta, stoi w wyraźnej opozycji do miasta rozumianego jako palimpsest – efekt długotrwałego nawarstwiania się wpływów historycznych i kulturowych. Dlatego w swym wnętrzu centra handlowe są bardzo często architektonicznymi atrapami mającymi symulować miejski rynek czy deptak, zdominowane przez określony motyw – temat – historię, która jest przez nie opowiadana. Same tematy, zaczerpnięte z gotowych już narracji, przyciągają pożądaną publiczność, która zna przywoływane narracje i się z nimi utożsamia. Wszystkie elementy przestrzeni tematycznej są starannie ze sobą skoordynowane: tereny otwarte, forma budynków, oświetlenie, dźwięk, sygnalizacja, nawet stroje sprzedawców – wszystko ma dawać spójne doznania, opowiadać tę samą opowieść. Największą popularnością cieszą się motywy – tematy bazujące na tradycyjnej tkance miejskiej, w których najczęściej spotkamy rozmaite interpretacje placów miejskich i ulic handlowych. Centra handlowe to wynalazek amerykański, który zmienia charakter europejskiego miasta i styl życia jego mieszkańców, peryferyzuje centrum i centralizuje peryferie przekształcając w ten sposób odwieczny kod kulturowy miejskiej przestrzeni (Lorens 2005).

Szczególnie jedno z łódzkich malli – Centrum Handlu i Rozrywki „Manufaktura” nie potwierdza jednak teorii. Zlokalizowane na terenie kompleksu zakładów przemysłu bawełnianego, który w XIX wieku wybudował I.K. Poznański, nie jest „implantem” w strukturze Łodzi, a naturalnie wpisuje się w tzw. „obszar tożsamości miasta”<sup>7</sup> wytyczony po raz pierwszy w Miejscowym Planie Zagospodarowania Przestrzennego Łodzi z 1993r. Tym samym „Manufaktura” nie staje się konkurencją dla centrum miasta, a przy umiejętnej współpracy inwestora oraz władz samorządowych może być jego fragmentem. „Manufaktura” nie jest także falsyfikatem

<sup>6</sup> Teza ta znajduje potwierdzenie w modelu miasta okresu poprzemysłowego wg B. Jałowieckiego (2005) prezentowanego w tabeli 1.

<sup>7</sup> „Obszarem tożsamości miasta” nazywa K. Bald (2000) elementy charakterystyczne dla dawnej Łodzi przemysłowej, zawarte w pierścieniu obwodnicy kolejowej otaczającej dzisiejsze Śródmieście – wspaniałe pałace i kamienice ulicy Piotrkowskiej, unikatowe zespoły założeń fabryczno – pałacowych, osiedli przyfabrycznych dokumentujących kolejne etapy rozwoju miasta.



zastępującym rzeczywistość. Tematyczność tego centrum handlowego jest naturalnie wpisana w mury kompleksu fabrycznego, który zmienił swoje funkcje, ale utrzymał symbolikę miejsca. W tym centrum łodzianie odnajdują obraz dawnej „Ziemi Obiecanej” opisywanej przez W. Reymonta. Zarówno Pałac Poznańskiego jak i kompleks zakładów przemysłu bawełnianego, które wybudował są symbolem Łodzi. Nawiązanie do historii i tożsamości miasta w projektowaniu centrum handlowego jest niewątpliwie przykładem dobrej praktyki urbanistycznej. Sztuka urbanistyki i architektury bowiem, to wg K. Pawłowskiej (2001) umiejętność korzystania z symbolicznych możliwości miasta.

Analizy stosunku emocjonalnego mieszkańców Łodzi względem poszczególnych fragmentów przestrzeni miasta pozwalają wnioskować, że te których architektura fabryk, pałaców, czy rezydencji przypomina wizerunek XIX – wiecznego miasta przemysłowego, zyskują wiele pozytywnych opinii (Tobiasz 2007b). Przemiany funkcjonalne terenów poprzemysłowych, podobają się łodzianom i wpływają nie tylko na wzrost atrakcyjności miasta, ale i na poczucie więzi między mieszkańcami a jego przestrzenią.

## Podsumowanie

Łódź wyróżnia się spośród najważniejszych ośrodków miejskich w Polsce dzięki zabytkom przemysłowym wpisanym w centralne części swojej przestrzeni. To właśnie obiekty, które w przeszłości pełniły funkcje przemysłowe stanowią dominantę percepcyjną Łodzi (Tobiasz 2007a). Wydaje się, że warto wykorzystać ten cenny walor urbanistyczny nadając dawnym fabrykom nowe funkcje, co pozwoli kształtować nowoczesne, wielofunkcyjne miasto postindustrialne. Z dotychczasowych badań wynika, iż mieszkańcy bardzo dobrze oceniają najnowsze inwestycje tego typu, takie jak: „Manufaktura” oraz przekształcenie dawnych zakładów K.W. Scheiblera w mieszkania o wysokim standardzie. Dzięki takim zabiegom Łódź faktycznie staje się miejscem, które pielęgnuje swoją historię i tożsamość.

Dotarcie do istoty miejsca, do jego znaczeń, umożliwi zarówno jego ochronę jak i adaptację podstawowych wartości tegoż miejsca do nowych warunków powstałych w wyniku procesów transformacji. Z drugiej strony, znajomość specyficznych cech miejsca dostarcza kryteriów służących nadaniu pożądanego kierunku przemian, służy więc bezpośrednio praktyce planistycznej i urbanistycznemu projektowaniu (Sagan 1995). Planiści świadomi tych relacji powinni uwzględniać lokalne struktury znaczeniowe, identyfikacyjne we wszelkich zmianach dokonywanych w przestrzeni. Niezbędna jest do tego wiedza na temat danego środowiska lokalnego. Stąd też rysuje się potrzeba głębokich i zaangażowanych studiów nad relacją człowiek – środowisko lokalne, poszukujących symboli identyfikacji i tożsamości miasta. Współpracując z mieszkańcami, którzy na co dzień odczytują miejską przestrzeń, możliwe staje się zachowanie, bądź adaptowanie unikatowych wartości obiektów architektury, które zapewnią człowiekowi tak potrzebne poczucie identyfikacji z miejscem zamieszkania.

## Bibliografia

Boniślawski R., 1998, *Łódź na starych pocztówkach*, Wydawnictwo Piątek Trzynastego, Łódź

Francescato D., Mebane W., 1973, *How citizens view two great cities: Milan and Rome*, [w:] *Image and Environment*, (red.) R. M. Downs, D. Stea, Chicago.

Jałowiecki B., 2005, *Spółeczny język architektury. Od gotyckiej katedry do hipermarketu*, [w:] B. Jałowiecki, A. Majer, M.S. Szczepański (red.), *Przemiany miasta. Wokół socjologii Aleksandra Wallisa*, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa, s. 21–36.

Jędrzejczyk D., 2004, *Humanistyczne oblicze miasta*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.

Kowinsky W.S., 2002, *The Malling of America*, (bez miejsca wydania, USA), 2002.

Lorens P., *Tematyzacja przestrzeni publicznej miasta*, [w:] B. Jałowiecki, A. Majer, M.S. Szczepański (red.), *Przemiany miasta. Wokół socjologii Aleksandra Wallisa*, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2005.

Ostapowicz A., (red.), *Łódź 2000. W drodze do przyszłości. Część 1*, Wydawnictwo Wydziału Strategii Urzędu Miasta Łodzi, Łódź 2000.

Pawłowska K., *Idea swojskości miasta*, Wydawnictwo Politechniki Krakowskiej, Kraków 2001.

Pirveli M., *Architektura „mówi” językiem symboli*, [w:] B. Jałowiecki, A. Majer, M.S. Szczepański (red.), *Przemiany miasta. Wokół socjologii Aleksandra Wallisa*, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2005.

Ritzer G., *Magiczny świat konsumpcji*, MUZA, Warszawa 2004.

Sagan I., *Miejsce, źródła identyfikacji z nim, procesy transformacji w miastach*, [w:] J. Kaczmarek (red.), *VIII Konwersatorium wiedzy o mieście: Centra i peryferie dużych miast. Transformacja i przyszłość. Pojęcia i metody badawcze*, Łódź 1995.

Sztompka P., *Socjologia wizualna. Fotografia jako metoda badawcza*, PWN, Warszawa 2005.

Tobiasz P., *Encyklopedia mentalna Łodzi*, „Genius loci” nr 5, Warszawa 2007.

Tobiasz P., *Preferencje mieszkaniowe łodzian*, „Genius loci” nr 6, Warszawa 2007.

## Summary

### INDUSTRIAL IMAGE VERSUS POST – INDUSTRIAL CHARACTER OF THE CITY OF ŁÓDŹ. ADAPTING CULTURAL HERITAGE TO THE NEW SOCIO – ECONOMIC CONDITIONS

‘Each period in its social history of architecture has its own models and in each period the society evaluates the architecture according to certain stereotypes’ (Jałowiecki 2005 after Wallis 1984). After such models as the church, the market squ-

are, the town hall or the castle dominating in the space of European cities during the pre – industrial era, new models of factories or railway stations arose in the industrial period to be later replaced by skyscrapers, shopping malls or motorways – models of post – industrial era. Lodz is an extraordinary city though. It singles out from the most important metropolies of Poland due to many buildings of the industrial architecture haritage located in central parts of its urban space, which has not been changed. The remains of industrial era of the city of Lodz – factories, manufacturers’ palaces and others have nowadays become its perceptual dominant (Tobiasz 2007a).

The aim of this article is to present the presistance of the industrial city symbols both in its spatial structure and in the conscious of its inhabitants which is used and strengthened by actions of creating certain themes for shoping malls – models of post – industrial era. The problem undertaken within this article is a subject of humanistic geography as a part of human nature and its experience which can be examined by researchers through the signs of human expression. To verify arguments and accomplish the aim of this article the methods of photographs’ analysis and social inquiry have been used. Methods chosen enabled making comparison of the objective view of the urban space of Lodz both in the past and currently with its inhabitants’ subjective opinions.