PIOTR GODLEWSKI
Uniwersytet Zielonogórski

Obiekty militarne na obszarach wiejskich jako produkt regionalnej turystyki

Wprowadzenie

W ostatnim okresie w Europie obserwowane jest duże zainteresowanie turystyką militarną. Dotyczy to zwłaszcza obiektów militarnych z okresu II wojny światowej. Na terenie Polski przejawia się to głównie w coraz większym zainteresowaniem zwiedzania militarnych poniemieckich obiektów z okresu drugiej wojny światowej.

Tadeusz Jędrysiak i Armin Mikos von Rohrscheidt w pracy „Militarna turystyka kulturowa” piszą że: „...w Polsce jest około 16 tys. różnych obiektów budownictwa obronnego, w tym zamki, forty, cytadele, twierdze, linie fortyfikacji, mury obronne itp. Według A.M. Rohrscheidta: „Kulturowa turystyka militarna to podróże turystyczne mające za cel uzyskanie osobistego doświadczenia lub edukacji, w których istotną częścią programu, decydującą o podjęciu podróży lub udziale w niej jest zwiedzanie miejsc i obiektów o charakterze obronnym lub związanych z dziejami konfliktów zbrojnych, a także wojska i uzbrojenia, dowódców i żołnierzy”¹.

Piśmiennictwo naukowe dotyczące turystyki militarnej w Polsce uznać należy za dalece niepełne. Jak dotychczas tematyka militarna poruszana jest

¹ A.M. von Rohrscheidt, *Turystyka kulturowa, Fenomen, Potencjał, Perspektywy. Podręcznik Akademicki*, Gniezno 2008, s. 115.

w pracach ogólnych (podręcznikowych o turystyce), jest także próba monograficznego opracowania całościowego, brak jest jednak pełnego opracowania zagadnienia turystyki militarnej w Polsce w aspekcie turystyczno-historycznym i marketingowym, traktujących ten rodzaj aktywności turystycznej w kategoriach poznawczych (kulturowo-historycznych) i jako produkt turystyczny. W pewnym stopniu tę lukę wypełnia, wspomniana już, praca T. Jędrysiaka, Armina Mikos von Rohrscheidt „Militarna turystyka kulturowa”, w której autorzy definiują militarną turystykę kulturową, a także wprowadzają pojęcie dziedzictwo militarne, analizują także elementy militarnego dziedzictwa kulturowego w Polsce². Autorzy dość wyczerpująco opisują turystyczne atrakcje krajowej turystyki militarnej. Problematykę tę podejmowało też kilku innych badaczy³, w tym także autor niniejszego opracowania⁴.

Praca posiada charakter przyczynku komparatystycznego, autor dokonuje przeglądu źródeł i literatury w celu zwrócenia uwagi na obiekty militarne jako produkt regionalnej turystyki na obszarach wiejskich. Autor posługuje się głównie metodą analizy dokumentów. Implikacją praktyczną pracy może być uwzględnienie zawartych w pracy informacji do konstruowania strategii rozwoju w zakresie turystyki militarnej na obszarach wiejskich.

1. Turystyka militarna jako produkt turystyczny

Konkurencja w usługach turystycznych zmusza do ciągłego rozszerzania i uatrakcyjniania oferty turystycznej. Jednakże w warunkach turystyki wiejskiej trudno jest zapewnić właściwe zagospodarowanie terenu, w szczególności wy-

² T. Jędrysiak, A.M. von Rohrscheidt, *Militarna turystyka kulturowa*, Warszawa 2011.

³ Wśród autorów istniejących przyczynków z zakresu turystyki militarnej okresu drugiej wojny światowej na uwagę zasługują, między innymi prace: D. Chylińska, *Formy ekspozycji i udostępnienia turystycznego obiektów militarno-wojskowych z czasów II wojny światowej. Rozwiązania polskie a praktyka europejska*, „Folia Turistica” 2006, nr 17, s. 77–97; D. Chylińska, *Obiekty militarno-wojskowe z czasów II wojny światowej na Dolnym Śląsku jako produkt turystyczny, aktualne wykorzystanie i szanse rozwoju*, „Turizm” 2006, z. 1, s. 5–19; K. Janaszek, *Po przez Wał Pomorski i poradzieckie poligony*, „Poznaj Swoj Kraj” 2007, nr 7–9, s. 28–30; Większe fragmenty dotyczące turystyki militarnej zawarł w swojej książce „Turystyka Kulturowa” A.M. von Rohrscheidt, *Turystyka kulturowa, Fenomen, Potencjał, Perspektywy. Podręcznik Akademicki*, Gniezno 2008.

⁴ Piotr Godlewski, *Rozwój regionalnej turystyki militarnej (na przykładzie obiektów militarnych z okresu II wojny światowej w woj. lubuskim)*, „Handel Wewnętrzny”, „Turystyka i Rekreacja Czynniki Rozwoju Społeczno-Gospodarczego Regionu” 2013, nr 5, t. II, s. 113–120.

promować istotny komercyjnie produkt rekreacyjny czy turystyczny. Nie tylko atrakcje związane z przyrodą lecz również elementy kulturowe, a zwłaszcza przedsiębiorczość mieszkańców, rodzaj i wielkość kapitału stanowią istotną część rozwoju turystyki wiejskiej. Zagospodarowanie turystyczno-rekreacyjne jest przedsięwzięciem o dużej kosztochłonności, konieczności zgromadzenia środków inwestycyjnych. Pozyskanie kapitału inwestycyjnego może być jednak trudne w przypadku zapóźnionych, gospodarczo małych jednostek terytorialnych.

Jak się wydaje istniejące już obiekty militarne nie stanowią dużej kosztochłonności rewitalizacji i eksploatacji. Bariery rozwoju turystyki militarnej spowodowane są głównie brakiem koncepcji zagospodarowania i zbyt niskimi nakładami na promocję, w tym na reklamę rejonów i obiektów jako marki regionalnych produktów. Ważne jest, aby właściwe jednostki samorządu terytorialnego i inwestorzy prywatni wykreowali flagowe produkty regionalne i na tej podstawie budowali markę. Dla regionu czy gminy ważne jest też, aby będący w posiadaniu produkt turystyki na terenie wiejskim był w jak najszerszym obszarze informacji o nim.

Rys. 1. Znaczenie lokalne rozwoju turystyki wiejskiej

Źródło: opracowanie na podstawie T. Marzewski, *Miejsce i rola turystyki na obszarach wiejskich w polityce regionalnej*, Studia Periegetica. Zeszyty Naukowe WWSTiZ w Poznaniu, nr 7/2012, s. 32.

Polska należy do krajów europejskich o stosunkowo małej atrakcyjności w zakresie turystyki kulturowej. Mała liczba liczących się w światowych rankingach zabytków spowodowana jest nie tylko uwarunkowaniami historycznymi. Ziemie polskie należały do obszarów ubogich materialnie, o budownictwie głównie drewnianym, ale również dotkliwie doświadczonych przez zniszczenia wojenne i grabież. Jednakże to, że historycznie polskie obszary były często w epicentrum nawałnic wojennych pozostawiał materialne ślady w postaci obiektów militarnych i ważnych historycznie pól bitewnych. Głównymi destylacjami turystyki militarnej w Polsce w odniesieniu do drugiej wojny światowej są: Międzyrzecki rejon umocnień (MRU) na terenie województwa lubuskiego, umocnienia Wału Pomorskiego na terenie województwa zachodniopomorskiego, kwatera wojenna „Wilczy Szaniec” (Giełóż, koło Kętrzyna), kompleks „Riese” w Górach Sowich.

Często motywem przyjazdu na teren umocnień czy obiektów militarnych jest deficyt bardziej atrakcyjnych miejsc na trasie wycieczek. Tak spolaryzowane pod względem wiedzy i percepcji grupy są dużym wyzwaniem dla administratorów obiektów, którzy muszą zatrudniać wysoko wyspecjalizowaną merytorycznie kadrę przewodników posiadających ponadto kompetencje pedagogiczne. A.M. von Rohrscheidt zwraca także uwagę, że: Zwiedzanie (...) zwłaszcza miejsc krwawych bitew czy masowej zagłady wymaga – szczególnie w przypadku grup obcego pochodzenia – od prowadzących grupy turystyczne i obsługujących je na miejscu szczególnej wrażliwości historycznej i ostrożności w wyrażaniu opinii⁵.

Poza obiektami architektury militarnej istotne znaczenie dla turystyki militarnej posiadają pola bitewne. Jak pisze D. Chylińska w pracy „Pole bitwy jako przedmiot zainteresowania i przystosowania turystycznego – zarys problematyki”: „Pola bitwy stanowią w większości przypadków niewykorzystany potencjał turystyczny. Dzieje się tak m.in. ze względu na brak dobrze zachowanych na polu bitwy artefaktów, upamiętnień czy też równie dotkliwą nieumiejętność czytania historycznego krajobrazu bitewnego prezentowaną przez przeciętnego, nawet kulturalnie motywowanego turystę”⁶. Stąd też, istotna rola w zakresie turystyki pól bitewnych przypada samorządom lokalnym, które dbać powinny o zabezpieczanie materialnych śladów działań wojennych, pozyskiwanie artefaktów, tworzenie sal historycznych, przygotowywanie opracowań edukacyjnych o charakterze dydaktycznym. Istotne znaczenie ma również zagospodarowanie turystyczne, które jest podstawą atrakcyjności turystycznej. Problemem jest również „przyciągnięcie” turysty, zważywszy na fakt, że często obiekty militarne, rejonu umocnione i pola bitewne ulokowane są na terenach nienajlepiej skomunikowanych.

W tej sytuacji ważna jest synergiczna współpraca pomiędzy samorządami terytorialnymi, administratorami obiektów i organizatorami ruchu turystycznego. Jednakże, E. Malchrowicz pisząc o polskich touroperatorach turystyki kulturowej podaje, że w Polsce brak jest profesjonalnego biura podróży specjalizującego się w segmencie wyjazdów turystycznych związanych z turystyką mili-

⁵ A.M. von Rohrscheidt, *Turystyka kulturowa, Fenomen, Potencjał, Perspektywy. Podręcznik Akademicki*, Gniezno 2008, s. 118.

⁶ D. Chylińska, *Pole bitwy jako przedmiot zainteresowania i przystosowania turystycznego – zarys problematyki*, „Turystyka Kulturowa”, www.turystyka.kulturowa.org, nr 11 (213) (listopad 2013).

tarną, a w ofertach biur podróży znajdują się jedynie pojedyncze wycieczki (np. Monte Cassino, Szlak Zamków Krzyżackich). Z istniejących ofert na uwagę zasługuje oferta Biura Turystyki Kulturowej i Edukacyjnej KulTour.pl (np. wycieczka „Śladami dawnych fortec”)⁷.

Istotne znaczenie ma wypromowanie zabytkowych obiektów militarnych jako produktu turystyki ponadregionalnej. Międzyrzecki Rejon Umocnień usytuowany na terenie województwa lubuskiego jest turystyczną atrakcją ponadregionalną. W Strategii rozwoju turystyki na lata 2008–2014 opracowanej przez Ministerstwo Sportu i Turystyki czytamy: „Na uwagę pod względem ochrony przyrody zasługuje też Międzyrzecki Rejon Umocniony, jednocześnie interesujący turystycznie obiekt militarny. (...) Obecnie ochroną objęto również część południową MRU – Pętlę Boryszyńską”⁸.

Ranga MRU w strategii rozwoju turystyki województwa lubuskiego jest znacząca. Lubuskie każdego roku wybiera dla celów promocji jeden rodzaj turystyki. Rok 2012 w województwie lubuskim ogłoszono rokiem turystyki militarnej.

Zakończenie

Wśród różnych form turystyki kulturowej wyróżnia się turystykę militarną, która w ostatnim okresie zyskuje na popularności. Na terytorium Polski jest znaczący potencjał w dziedzinie turystyki militarnej. Wiele zabytkowych obiektów, głównie budowli fortyfikacyjnych z okresu drugiej wojny światowej znajduje się na terenach wiejskich. Największa ich liczba znajduje się w zachodnich województwach, głównie na terenie zachodniopomorskiego i lubuskiego. Z raportu „Polscy touroperatorzy turystyki kulturowej” – opublikowanego w „Turystyce Kulturowej” we wrześniu 2011 roku wynika, że militarna turystyka kulturowa w Polsce jest jedną z bardziej niszowych i najbardziej zaniedbanych pod względem zagospodarowania turystycznego, formą turystyki kulturowej w Polsce⁹. Aktualny jest więc problem jest rewitalizacja i turystyczne zagospodarowanie tych obiektów, a następnie wykorzystanie ich jako atrakcji turystycznej.

⁷ E. Malchrowicz, *Polscy touroperatorzy turystyki kulturowej*, „Turystyka Kulturowa” 2011, nr 9, wrzesień 2011, s. 86.

⁸ *Strategia rozwoju turystyki na lata 2008–2014*, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa, 2008, s. 20.

⁹ E. Malchrowicz, *Polscy touroperatorzy turystyki kulturowej*, „Turystyka Kulturowa” 2011, nr 9.

Przewidzieć można, że zagospodarowanie turystyczne tych obiektów przyczynić się może do rozwoju turystyki kulturowo-militarnej nie tylko w skali kraju, lecz może stanowić także atrakcyjną destynację w skali europejskiej, a nawet światowej.

Turystyka militarna staje się dla wielu regionów szansą podniesienia ich atrakcyjności turystycznej. Niewątpliwie rewitalizacja takich obiektów jak Międzyrzecki Rejon Umocnień, a także ich turystyczne zagospodarowanie, eksploatacja i działania w kierunku wypromowania produktu turystycznego, będą szybsze w skorelowanych działaniach instytucji i stowarzyszeń z udziałem prywatnego kapitału. Duża w tym rola samorządów i organizacji turystycznych. Są też wskazania mówiące o tym, że niektóre regiony powinny postawić na turystykę militarną¹⁰. Obszary wiejskie i małe miejscowości, mogą upatrywać w rewitalizacji obiektów militarnych i ich turystycznej eksploatacji nie tylko szansę ożywienia ekonomicznego, ale również promocję regionu.

Literatura

- Chylińska D., *Formy ekspozycji i udostępnienia turystycznego obiektów militarno-wojskowych z czasów II wojny światowej. Rozwiązania polskie a praktyka europejska*, „Folia Turistica” 2006, nr 17.
- Chylińska D., *Obiekty militarno-wojskowe z czasów II wojny światowej na Dolnym Śląsku jako produkt turystyczny : aktualne wykorzystanie i szanse rozwoju*, „Turyzm” 2006, z. 1.
- Chylińska D., *Pole bitwy jako przedmiot zainteresowania i przystosowania turystyczne – zarys problematyki*, „Turystyka Kulturowa”, www.turystyka.kulturowa.org, nr11/213 (listopad 2013).
- Gołembski G., *Turystyka militarna – nowe perspektywy*, „Aktualności Turystyczne”, 2006, nr 2.
- Janaszek K., *Poprzez Wał Pomorski i poradzieckie poligony*, „Poznaj Swój Kraj” 2007, nr 7–9.
- Jędrysiak T., von Rohrscheidt A.M., *Militarna turystyka kulturowa*, Warszawa 2011.
- Jurga M.R., *Międzyrzecki rejon umocnień dla początkujących*, część I–II, Pytania i Odpowiedzi, Zielona Góra 2012.
- Jurga R.M., *Fortyfikacje III Rzeszy w rysunkach przestrzennych*, Zielona Góra 2010.

¹⁰ Zobacz też: *Regiony powinny postawić na turystykę militarną*, „Wiadomości Turystyczne” 2013, nr 15 (285).

- Kamińska E., *Z historii w tle, czyli turystyka forteczna*, „Wiadomości Turystyczne” 2007, nr 24.
- Krabel S., *Twierdza Boyen (Giżycko) – fortyfikacja jako atrakcja turystyczna*, „Prace i Studia Geograficzne” 2003, t. 32.
- Leśniak E.K., Mazurski R., *Twierdza Srebrnogórska jako obiekt turystyczny*, „Folia Turistica” 2006, nr 17.
- Malchrowicz E., *Polscy touroperatorzy turystyki kulturowej*, „Turystyka Kulturowa” 2011, nr 9.
- Miniewicz J., Perzyk B., *Międzyrzecki Rejon Umocniony 1934–1945*, Warszawa 1993.
- Molski P., *Forteczne atrakcje*, „Aktualności Turystyczne” 2003, nr 8.
- Molski P., *Zabytkowe fortyfikacje. Ochrona a turystyka*, w: *Eksploracja przestrzeni historycznej*, red. M.K. Leniartek, Wrocław 2008.
- Poczta J., *Turystyka militarna jako przejaw nowej formy aktywności turystycznej w Polsce*, w: *Turystyka i rekreacja jako formy aktywności społecznej*, red. W. Staniewska-Zątek, T. Sankowski, R. Muszkieta, Poznań 2008.
- Regiony powinny postawić na turystykę militarną*, „Wiadomości turystyczne” 2013, nr 15 (285).
- Sadowski J., *Fortyfikacja MRU w okolicy Bledzewa, odcinek północny MRU, od GW „Ludendorff” do GW „Schill”. Przewodnik turystyczny*, Gliwice-Tarnowskie Góry 2009.
- Sadowski J., *Grupa Warowna „Ludendorff”. Werkgruppe „Ludendorff”*, Gliwice 2011.
- Samusik J., *Nadnarwiańskie forty*, „Poznaj Swój Kraj” 2007, nr 1–3.
- Strategia rozwoju turystyki na lata 2008–2014*, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa 2008.
- Toczewski A., *Międzyrzecki Rejon Umocniony*, 2001.
- Turystyka Militarna*, Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego. Zielona Góra 2012.
- von Rohrscheidt A.M., *Turystyka kulturowa, Fenomen, Potencjał, Perspektywy*, Podręcznik Akademicki, Gniezno 2008.
- Wilkaniec A., *Poznańskie fortyfikacje jako obiekty turystyczne i rekreacyjne*, w: *Turystyka i rekreacja jako formy aktywności społecznej*, red. W. Staniewska-Zątek, T. Sankowski, R. Muszkieta, Poznań 2008.
- Witwicki P., *MRU, Międzyrzecki Rejon Umocnień, pytania i odpowiedzi*, Gliwice 2008.
- Zespół Przyrodniczo-Krajobrazowy Uroczyska MRU i Rezerwat Nietoperek. Przewodnik turystyczny*, Świebodzin 2007.

Military facilities in rural areas as a product of regional tourism

Summary

Poland shows a considerable potential as regards military tourism. Many historical facilities are situated in rural areas. Among these attractive are those that were built by the Germans during WW2. The largest number is found in western provinces, mainly Zachodniopomorskie and Lubuskie ones. Currently, a vital issue is their regeneration and development of these facilities to tourist ends, and, then, to use them as tourist attractions. It can be predicted that once developed, these facilities may contribute to a growth in cultural and military tourism, not only on a country-wide scale, but may make for an attractive destination on a European or worldwide scale.

The paper accounts for issues in military facilities tourism in rural areas seen as a regional touristic product, basing on an example of military tourism in Lubuskie province. The author relies chiefly on review of documents. The information contained in the paper may be practically used to build a product strategy as regards the development of military tourism .

Keywords: rural areas, rural tourism, military tourism, touristic regional product.

Translated by Zbigniew Rawicz-Lipiński