

Wojciech J. Cynarski

(Rzeszów)

**PATRIOTYZM W TURYSTYCE WYJAZDOWEJ
NA PRZYKŁADZIE DECYZJI WYBRANYCH POLSKICH
POLITYKÓW, ARTYSTÓW I DZIAŁACZY
SPOŁECZNYCH**

1. Wprowadzenie

Wypada się wstępnie zgodzić, że dziedzictwo kulturowe stanowi szansę dla rozwoju turystyki w regionie¹, a bogactwo polskich miast i wsi jest zależne od rozwoju branży turystycznej. To znaczy, rozwój turystyki krajowej i międzynarodowej najczęściej (choć niekoniecznie²) wpływa korzystnie na „rozwinęty turystycznie” region i kraj.

Patriotyzm w turystyce może przejawiać się na różne sposoby. W turystyce górskiej (odmiana turystyki kwalifikowanej) na przykład akcentowany jest umocowaniem narodowej flagi na zdobytym góskim szczycie. Aczkolwiek ten wymiar symboliczny bywa zapewne czasem swego rodzaju rytuałem – powtarzaniem formy, która została już społecznie przyjęta, zinstytucjonalizowana. Podobnie dotyczy to oficjalnej reprezentacji danego państwa na zagranicznym kongresie, gdy wchodzimy w obszar turystyki naukowej, kongresowej³.

¹ *Dziedzictwo kulturowe szansą rozwoju turystyki w regionie*, red. K. Obodyński, M. Ďuriček, Anna Nizioł, Rzeszów 2009.

² Mogą mianowicie występować również zjawiska niepożądane, zwane dysfunkcjami turystyki, co opisuje m.in. Z. Krawczyk, *O turystyce i rekreacji. Studia i szkice*, Warszawa 2007, s. 121–134.

³ Więcej: W.J. Cynarski, *Turystyka naukowa w perspektywie socjologii wizualnej*, Rzeszów 2015.

O ile w turystyce wyjazdowej wykorzystywane są narodowe barwy i symbole, w turystyce przyjazdowej jest to zwłaszcza oferta narodowego dziedzictwa – od narodowej kuchni po historyczne miejsca, zamki i kościoły⁴.

Czy patriotyzm ekonomiczny przekłada się na decyzje wyjazdowe (turyistyczne) Polaków i miejsce spędzania przez nich czasu urlopowego? Celem podjętych tu badań było poszukiwanie i omówienie relacji pomiędzy turystyką wyjazdową polityków (różnych orientacji), działaczy społecznych i innych członków elit a patriotyzmem. Są to na razie analizy wstępne w tej kwestii.

Zastosowana tu metodologia jest jakościową analizą treści przekazów masowych oraz analizą treści literatury przedmiotu. Ogólnie jest to analiza szerszego dyskursu tej problematyki⁵. Wybór źródeł jest celowy – są to felietony z wybranych tygodników opinii, zwłaszcza konserwatywnego „wSieci”, z lat 2015–2016. Tu, w prasie prawicowej/konserwatywnej, sprawy patriotyzmu są jakby mocniej akcentowane. Ale uwzględniono także inne źródła i opracowania⁶.

W artykule przytoczono nazwiska m.in. dziesięciu polskich polityków, z lat minionych i aktualnie działających, oraz ich wybory wyjazdów wakacyjnych. Podano też przykłady postaw innych przedstawicieli elity intelektualnej naszego kraju. Krajoznawstwo, które historycznie pełniło znaczącą rolę w wychowaniu patriotycznym polskiego społeczeństwa, jest wciąż aktualne. Czy jednak zachodzi tu zależność od poglądów politycznych?

Dodatkowo przeprowadzono mały sondaż diagnostyczny techniką ankiety wśród (N = 20) polskich polityków, kierując internetowo pytanie o miejsce letniego odpoczynku w ostatnich dwóch latach do dziesięciu (N₁) reprezentantów prawicowej koalicji oraz do dziesięciu (N₂) osób z partii opozycyjnych, liberalnych (po pięć osób z „Platformy Obywatelskiej” i partii „Nowoczesna.pl Ryszarda Petru”). W pierwszej grupie uzyskano dwie odpowiedzi (20% zwrotów), w drugiej – tylko jedną (10%).

Nawiązano do idei krajoznawstwa w aspekcie związku tegoż z turystyką. Przytoczono też znamieny przykład elit II Rzeczypospolitej – ich stosunku do turystyki i wyboru miejsc spędzania urlopów.

⁴ Por.: O. Maciuk, *Zamki i twierdze Ukrainy Zachodniej. Wędrowki historyczne*, Lwów 2008; A. Mikos von Rohrscheidt, *Medieval defense objects in Poland as tourist purposes and attractions for cultural tourism*, „Ido – Ruch dla Kultury / Movement for Culture” 2010, vol. 10, no. 1, pp. 102–117; W.J. Cynarski, *Zamki obronne na ziemiach polskich. Wykorzystanie dziedzictwa sztuki fortyfikacji w turystyce kulturowej*, „Folia Turistica” 2012, nr 26, s. 195–212; tenże, *Following the trail of cultural traditions – travelling in the sphere of values and symbolism* [in:] *Tourism in Poland*, ed. E. Puchnarewicz, Warsaw 2015, pp. 35–46; *Tourism in Poland*, ed. E. Puchnarewicz, Warsaw 2015.

⁵ K. Krippendorff, *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, Sage, Thousand Oaks, CA 2004; W.J. Cynarski, *Metodologia badań społecznych i antropologiczno-kulturowych w naukach o kulturze fizycznej i w obszarze turystyki*, Rzeszów 2021.

⁶ Według metodologii badań w turystyce kulturowej. Vide: *Cultural Tourism Research Methods*, eds. G. Richards, W. Munsters, CABI, Oxfordshire–Cambridge 2010.

2. Perspektywa teoretyczna i język pojęciowy

Problem relacji między turystyką wyjazdową polityków a patriotyzmem rozpatrywany będzie tutaj w perspektywie socjologicznej, antropologiczno-kulturowej oraz systemowo-antropologicznej teorii turystyki. Ta systemowo-antropologiczna teoria turystyki i rekreacji została opisana w książce *Spotkania, konflikty, dialogi. Analiza wybranych obszarów kultury fizycznej i turystyki kulturowej*⁷. Ogólnie biorąc, w badaniach dotyczących turystyki należy uwzględniać konteksty społeczno-kulturowe, a człowieka, jako bohatera zdarzeń turystycznych – ujmować całościowo⁸. Uwzględniamy więc jego wybory, wartości, przekonania i motywów działań.

Nawiązujemy tu jednocześnie do wybranych koncepcji z obszaru socjologii czasu wolnego, socjologii turystyki i socjologii kultury⁹. Wychodząc z perspektywy socjologii kultury, autor proponuje następującą definicję stylu życia (wg Cynarskiego): „Styl życia obejmuje powtarzające się cechy i działania jednostek i grup, które są specyficzne dla ich osobistych i społecznych wartości”¹⁰.

Aktywność fizyczna oraz „aktywność czasu wolnego” są typowe dla ludzi czynu i współtworzą ich styl życia. Ważne miejsce zajmuje tu turystyka. Ale szczególnie interesujące dla podjętego problemu jest pojęcie destynacji – miejsca docelowego wyjazdu turystycznego. Czy występuje tu (lub może dominuje) motywacja patriotyczna?

Na czym zaś polega „patriotyzm” i jak należy to pojęcie rozumieć? Według Gadowskiego: „Patriotą jest ten, kto działa na rzecz wzmocnienia polskiego państwa, jest nim także człowiek gotowy bronić interesów swojego narodu w gospodarce, kulturze, życiu społecznym”¹¹. Należy, *summa summarum*, odpowiedzieć w każdym przypadku na pytanie: „co Polska z tego ma? Jak dzięki temu Polacy poprawią swoje życie i zabezpieczą to, co wyróżnia ich spośród innych wspólnot narodowych?”¹². Ogólnie chodzi tu o miłość do Ojczyzny, realizowaną w życiu¹³, nie zaś „bezobjawową”.

⁷ W.J. Cynarski, *Spotkania, konflikty, dialogi. Analiza wybranych obszarów kultury fizycznej i turystyki kulturowej*, II wyd. zm., UR, Rzeszów 2010.

⁸ Por. M. Malikowski, *Problemy i dylematy ujęcia systemowego* [w:] M. Malikowski, *Socjologiczne problemy miasta*, Rzeszów 1998, s. 92–104; W. Munsters, *Culture and tourism: from antagonism to synergism*, „Ido – Ruch dla Kultury / Movement for Culture” 2008, vol. 8, pp. 165–173; *Anthropology as a Driver for Tourism Research*, eds. W. Munsters, M. Melkert, Garant, Antwerpen–Apeldoorn 2015.

⁹ M. Golka, *Socjologia kultury*, Warszawa 2008; W.J. Cynarski, *Czas wolny, turystyka i rekreacja w perspektywie socjologicznej*, Kraków 2017.

¹⁰ W.J. Cynarski, R. Grzywacz, *Tourist, ecological and recreational behaviours in leisure time – contribution to the sociology of leisure time*, „Prace Naukowe Akademii im. J. Długosza Kultura Fizyczna” 2016, t. 15, no. 1, p. 81; doi: 10.16926/kf.2016.15.05.

¹¹ W. Gadowski, *Patrioci*, „wSieci” 2016, nr 26 (27 VI–3 VII), s. 111.

¹² Tamże.

¹³ Por. J.M. Bocheński, *Polski testament. Ojczyzna, Europa, Cywilizacja*, Komorów 1999; Jan Paweł II, *Pamięć i tożsamość. Rozmowy na przełomie tysiącleci*, Kraków 2005.

Z kolei polski patriotyzm ekonomiczny polega na wyborach polskich produktów i usług, aby zarabiały – w naszym przypadku – polskie firmy płacące podatki na rzecz polskiego państwa i aby wzmacniać polską gospodarkę. Tak więc ekonomiczny patriota jeździ autem produkowanym we własnym kraju, kupuje produkty polskich firm i daje zarobić polskiej branży turystycznej. Patriotyzm gospodarczy w turystyce to jest kreowanie mody na wypoczynek w Polsce, rozwój edukacji turystycznej i pomoc polskim przedsiębiorcom.

Przejawem miłości do Ojczyzny jest też świadome krajoznawstwo, aby lepiej poznać własny kraj i narodowe dziedzictwo kultury. Turystyka krajoznawcza zawiera (lub zawierać może i powinna) walory poznawcze i autokreacyjne, element wysiłku fizycznego, nadrzędny motyw powinności i aspekt satysfakcji. Czy kwestia ta może się mieścić w koncepcjach turystyki edukacyjnej i antropologii turystyki¹⁴? Zapewne tak i jako taka jest uwzględniana w systemowo-antropologicznej teorii turystyki i rekreacji. Ponadto Lucjan Turowski zachęca do krajoznawstwa, w zasięgu własnych wypraw rowerowych, dla lepszego poznania własnej „małej ojczyzny” (co może być przejawem tzw. patriotyzmu lokalnego).

3. Wypoczynek polskich polityków i artystów

„...Józef Piłsudski ostro protestował, gdy dla poratowania zdrowia wysłał go w grudniu 1930 r. na kilka miesięcy na Maderę. «Polak powinien odpoczywać i kurować się w Polsce, bo [w przeciwnym razie] cudzoziemcom daje odczuć, że nie ceni własnego kraju» – mówił. Kiedy wrócił, stwierdził, że Madera wypada marnie przy jego ukochanych Druskiennikach, przy Jastrzębiej Górze i Zakopanem. Elity II Rzeczypospolitej uznawały spędzanie wakacji w Polsce za patriotyczną i obywatelską powinność. Dlatego Ignacy Mościcki urlopy spędzał w Gdyni Orłowie, Jastrzębiej Górze, Juracie, Spale czy Ciechocinku. Dlatego jego poprzednik Stanisław Wojciechowski odpoczywał w Spale. Trudno znaleźć znanego polityka II RP, który wyjeżdżałby na wakacje poza Polskę. Za politykami ciągnęli znani aktorzy, pisarze, malarze i artyści kabaretowi”¹⁵.

Nie tylko elita polityczna starała się promować rozwój krajowej turystyki. Sławny śpiewak Jan Kiepura za pieniądze zarobione na scenach świata wybudował w roku 1932 w Krynicy-Zdroju luksusowy modernistyczny hotel „Patria” – miejsce kręcenia kilku filmów pod koniec lat 30. XX w. W „Patrii” zachował się oryginalny wystrój z tamtych lat. Przed wojną do hotelu należał też basen i kort tenisowy. Dach hotelu zwieńczony był ogromnym stalowym masztem, na którym wywieszano polską flagę z okazji świąt narodowych. Było to wówczas miejsce spotkań ludzi kultury i dyplomatów.

¹⁴ L. Turowski, *Antropologia turystyki*, Warszawa 2003; tenże, *Autokreacja i turystyka edukacyjna*, „Przegląd Naukowy Kultury Fizycznej Uniwersytetu Rzeszowskiego” 2005, t. 8, z. 1–2, s. 90–94.

¹⁵ S. Janicki, *Niezbędnik Andrzeja Dudy*, „wSieci” 2015, nr 30 (27 VII–2 VII), s. 28–30.

A jak to było i jest w III RP? Swoją funkcję zachował ośrodek prezydencki na Helu. Wypoczywali tam wszyscy prezydenci III RP – Lech Wałęsa, Aleksander Kwaśniewski, Lech Kaczyński, Bronisław Komorowski i Andrzej Duda. A inni przedstawiciele polskiej klasy politycznej?

Przed kilku laty politycy opowiedzieli dziennikarzom, gdzie wybierali się na wakacje lub jak spędzili czas wolny. Dziennik „Rzeczpospolita” zebrał kilka takich oświadczeń. Zaobserwowano grupę miłośników ojczystego kraju: Marek Kuchciński i Stanisław Zając (Prawo i Sprawiedliwość) wybierali się w Bieszczady, dr Jarosław Gowin (wówczas Platforma Obywatelska) – w Beskid Sądecki. Bliska zagranica stanowiła cel wyprawy Grzegorza Napieralskiego (SLD) – jechał do węgierskiego spa w Hajduszoboszlo. Jan Rokita (PO) wybierał się do hiszpańskiej Pampeluny, zaś jego partyjny kolega Mirosław Drzewiecki „jechał do Szkocji grać w golfa, co liberalnemu elektoratowi z pewnością podziślało na wyobraźnię. Zwłaszcza, że potem poseł miał ruszyć za ocean, by podróżować od Nowego Jorku po Miami”¹⁶.

Z prasy codziennej wiemy, że Donald Tusk wypoczywał w Dolomitach, natomiast Beata Szydło, Jarosław Kaczyński i Joachim Brudziński preferują urokliwe tereny Polski. O ile prezydent RP, dr Andrzej Duda, wakacje 2015 r. spędził we Włoszech, w lecie 2016 odpoczywał wraz z małżonką w Juracie. Lider koalicji patriotycznej, dr Jarosław Kaczyński, urlop 2016 r. spędził nad Zalewem Szczecińskim i nad mazurskimi jeziorami. Być może, iż politykom z partii prawicowych mniej imponuje wyjazd do egzotycznego kurortu, a bardziej starają się poznać lub także doceniają własny kraj (?). Nie wiemy, na ile działa tu miłość do Ojczyzny lub przykład marszałka Piłsudskiego, wpływając na wakacyjne wybory.

Sposób spędzania wolnego czasu wpływa na społeczny wizerunek osoby – urlopowicza. Może służyć do ukazania aspiracji do wyższej pozycji społecznej lub, co najmniej, potwierdzenia własnego obecnego statusu. Do niedawna sam wyjazd na wczasy zagraniczne był oznaką wysokiego statusu społecznego. Dziś to już nie robi takiego wrażenia; wczasy zagraniczne zdemokratyzowały się. Toteż dalsza zagranica jest w tej perspektywie bardziej interesująca niż bliższa, a destynacje na innych kontynentach ciekawsze niż europejskie. Zwłaszcza dla osób zapatrzonych na bogatszą zagranicę i modny dziś konsumpcjonizm.

Autorskie badanie sondażowe w dobranej losowo grupie polskich polityków zawierało pytanie o miejsca spędzania urlopu wakacyjnego, bez pytania o powody danego wyboru. A więc kto gdzie wyjeżdża? Z liczby $N = N_1 + N_2 = 20$ odpowiedziało tylko 3 osoby (dwie z grupy N_1 oraz jedna z grupy N_2). W grupie polityków prawicowych (N_1 – „Prawo i Sprawiedliwość” oraz partie koalicyjne) 100% odpowiedzi wskazywało na Polskę, Pojezierze Mazurskie lub wybrzeże Bałtyku. Jedyne głosy z partii liberalnej (lub liberalno-lewicowej, grupa N_2) także

¹⁶ A. Grzeszak, *Przemysł czasu wolnego. Raport*, „Polityka” 2007, nr 31 (z 1 sierpnia).

wskazywał na Polskę – „góry, Mazury i morze”. Przy skali odpowiedzi rządu (średnio) 15%, trudno wyciągać stąd dalej idące wnioski. Można jedynie przypuszczać, że dla niektórych ministrów, senatorów lub posłów miłość do własnego kraju wpływa na takie, a nie inne wybory turystycznych destynacji.

4. Elita a wypoczynek w Polsce

Znakomity polski poeta Wojciech Wencel spędził swój urlop w Przemyślu, przepięknym historycznym mieście¹⁷, choć dzisiaj bardzo zaniedbanym. A przecież: „To najbardziej kresowe z naszych miast, prawdziwy relikw I Rzeczypospolitej, sarmacka Jerozolima”¹⁸. Austriacki zaborca nazwał tę ziemię Galicją, podczas gdy polską nazwą – funkcjonującą do II wojny światowej – jest tu: Małopolska Wschodnia. Miastem wojewódzkim był tu Lwów.

Przykładów, gdy elity świata kultury i polityki zachęcają społeczeństwo do turystyki na terenie Polski, jest więcej. I rzecz dotyczy zarówno ziem polskich w obecnych granicach państwa, jak też historycznych, na których realizowana jest specyficzna turystyka kulturowa, etniczna i sentymentalna¹⁹. Dotyczy to zwłaszcza Lwowa i Wilna. Ale kulturowe *polonica* można odkrywać także w innych częściach świata, na przykład w Paryżu (pamiętki po XIX-wiecznej emigracji) i Wiedniu. To tu po zwycięstwie nad Turkami powstała pierwsza na świecie kawiarnia założona przez Polaka. *Nota bene* Jan III Sobieski i polska husaria²⁰ rozgromiły armię turecką, ratując wówczas chrześcijańską Europę (1683) i skandalem jest, że do tej pory w Wiedniu nie ma pomnika tegoż polskiego króla.

Wielu ojców stara się pokazać swym dzieciom miejsca ważne dla polskiej historii i kultury. Służą temu też wycieczki szkolne i działalność różnych instytucji społecznych. Zjawiskiem specyficznie polskim są pielgrzymki na Jasną Górę do Częstochowy i do innych miejsc kultu. Bywają tam także przedstawiciele polskiej elity. Ponadto w tradycji wielu polskich organizacji jest coroczne organizowanie letnich spotkań w różnych miejscach kraju.

Także działacze społeczni ze Stowarzyszenia Idokan Polska spędzali swe letnie urlopy, wraz z rodzinami, we Władysławowie. To jednak może wynikać z celów statutowych tego stowarzyszenia, wśród których znajduje się kształto-

¹⁷ Zob.: A. Bujak, *Przemyśl*, Olszanica 2009; J. Kamińska-Kwak, *Powojenny Przemyśl i jego mieszkańcy (1944–1956)*, Rzeszów–Przemyśl 2014.

¹⁸ W. Wencel, *Ocalić Przemyśl*, „wSieci” 2016, nr 35 (29 VIII–4 IX), s. 89.

¹⁹ Vide: O. Maciuk, *Zamki i twierdze Ukrainy Zachodniej...*; W.J. Cynarski, *Turystyka sentymentalna w aspekcie symboliki odwiedzanego miasta na przykładzie Lwowa* [w:] *Aktywność turystyczno-rekreacyjna w obiektach dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego*, red. J. Rut, P. Rut, Rzeszów 2009, s. 13–21; M. Motyka, *Turystyka etniczna a turystyka sentymentalna*, „Social Space” 2016, nr 1, s. 1–22.

²⁰ Z. Hundert, *Husaria konna w wojnie polsko-tureckiej 1672–1676*, Oświęcim 2012.

wanie postaw patriotycznych²¹. Tutaj cele wychowania młodzieży i rozwijania kultury fizycznej realizowane są łącznie.

5. Dyskusja i wnioski

Trudno określić w poszczególnych przypadkach, na ile decydującym o spędzeniu urlopu w Polsce jest motyw patriotyczny, na ile zaś względy ekonomiczne lub inne, pragmatyczne. Zwłaszcza w sytuacji, gdy wzrasta globalna percepcja popularności turystycznej dzisiejszej Polski – jako kraju zarówno interesującego, jak i bezpiecznego. Jak wygląda popularność turystyczna dzisiejszej Polski – *anno Domini* 2016 lub 2017? Otóż jest ona wymieniona wśród 10 najbardziej atrakcyjnych miejsc na świecie na spędzenie wakacji w 2016 r., według „Lonely Planet”, wydawcy przewodników turystycznych. Dzięki temu Polsce przynależy tytuł „Best in Travel 2016”. Wynika to zwłaszcza z bezpieczeństwa naszego kraju i szeregu walorów turystycznych²².

Rzeczywiście, popularność Polski stale wzrasta, zwłaszcza dzięki wzrostowi stanu wiedzy o naszym kraju²³. Rośnie liczba turystów zagranicznych przybywających do Polski. Ale także, z racji obiektywnie pięknych miejsc – zarówno dziedzictwa przyrodniczego, jak i kulturowego – sami Polacy chętniej zwiedzają Polskę. I nie bez znaczenia jest tutaj też sytuacja powtarzających się zamachów terrorystycznych w krajach chętnie wcześniej odwiedzanych przez Polaków – Egipcie, Tunezji, Turcji.

Patriotyzm traktowany jest jako kontrpropozycja dla kosmopolityzmu lub imperializmu. Pojęcie to postrzegane jest w większości krajów pozytywnie²⁴, aczkolwiek przez środowiska lewicowe i lewicowo-liberalne kojarzone jest z nacjonalizmem, a nacjonalizm z szowinizmem lub nawet faszyzmem.

Polskie elity polityczne nie odcinają się od pojęcia patriotyzmu, choć bywa ono różnie rozumiane. Zróznicowany jest też w tym gronie rozkład akcentów na zagadnienie patriotyzmu ekonomicznego. Natomiast utożsamiający się z polskością przedstawiciele autentycznych polskich elit, jak przytoczeni wyżej działacze i ludzie kultury, zdecydowanie preferują krajoznawstwo. Jest to kontynuacja

²¹ W.J. Cynarski, *Training trips of martial artists – Władysławowo '2016*, „Scientific Review of Physical Culture” 2016, vol. 6, no. 4, pp. 184–189; zob. także: L. Sieber, W.J. Cynarski, J. Słopecki, P. Ziemiński, *Patriotic education through Budō and combat sports: On the example of Idōkan Poland Association* [in:] *Martial Arts and Combat Sports – Humanistic Outlook*, ed. W.J. Cynarski, Rzeszów 2009, pp. 137–144; W.J. Cynarski, R. Grzywacz, *Tourist, ecological and recreational...*

²² E. Wesółowska, *Kierunek: Polska, „wSieci”* 2016, nr 28 (11–17 VII), s. 48–49.

²³ Zob.: W.J. Cynarski, *Following the trail of cultural traditions...*; *Tourism in Poland...*

²⁴ A. Gal, *Evaluations of patriotism across countries, groups, and policy domains*, „Journal of Ethnic and Migration Studies” 2017, <https://doi.org/10.1080/1369183X.2017.1319761>.

krajoznawstwa zalecanego w XIX wieku przez Komisję Edukacji Narodowej a później – polskich działaczy niepodległościowych z czasu zaborów²⁵.

Obecnie w Polsce wzrasta liczba wyjazdów turystycznych zarówno krajowych, jak i zagranicznych²⁶, co wynika zapewne z poprawiającej się sytuacji ekonomicznej Polaków. Do najczęściej odwiedzanych województw należały: małopolskie i pomorskie (po 13,1%), mazowieckie (12,2%), zachodniopomorskie (11,5%) oraz dolnośląskie (7,4%).

Przytoczone wyżej wybory mężów stanu II Rzeczypospolitej (marszałka J. Piłsudskiego i innych) wynikały zapewne wprost z patriotyzmu. A jak to jest aktualnie? Coraz częściej politycy, i nie tylko oni, wybierają polskie destynacje. Trudno jednak określić, na ile decydującym o spędzeniu urlopu w Polsce jest motyw patriotyczny, na ile zaś względy ekonomiczne lub inne, pragmatyczne. Niewątpliwie rzecz wymaga dalszych badań – bardziej pogłębionych i rozszerzonych.

Bibliografia

Źródła

„wSieci”, tygodnik opinii, lata 2015–2016; m.in.:

Gadowski W., *Patrioci*, „wSieci” 2016, nr 26 (27 VI–3 VII), s. 111.

Janecki S., *Niezbędnik Andrzeja Dudy*, „wSieci” 2015, nr 30 (27 VII–2 VIII), s. 28–30.

Wencel W., *Ocalić Przemysł*, „wSieci” 2016, nr 35 (29 VIII–4 IX), s. 89.

Wesołowska E., *Kierunek: Polska*, „wSieci” 2016, nr 28 (11–17 VII), s. 48–49.

Oraz:

Bujak A., *Przemysł*, Olszanica 2009.

Grzeszak A., *Przemysł czasu wolnego. Raport*, „Polityka” 2007, nr 31 (z 1 sierpnia).

Ministerstwo Sportu i Turystyki (2017), *Raport Ministerstwa Sportu i Turystyki*, <https://www.msit.gov.pl/pl/turystyka/aktualnosci/7403,Charakterystyka-podrozy-mieszkancow-Polski-w-2016-r.html> [dostęp: 23.12.2017].

Opracowania

Anthropology as a Driver for Tourism Research, eds. W. Munsters, M. Melkert, Garant, Antwerpen–Apeldoorn 2015.

Bieńczyk G., *Krajoznawstwo i jego związki z turystyką*, Warszawa 2003.

Bocheński J.M., *Polski testament. Ojczyzna, Europa, Cywilizacja*, Komorów 1999.

Cultural Tourism Research Methods, eds. G. Richards, W. Munsters, CABI, Oxfordshire–Cambridge 2010.

Cynarski W.J., *Czas wolny, turystyka i rekreacja w perspektywie socjologicznej*, Kraków 2017.

Cynarski W.J., *Following the trail of cultural traditions – travelling in the sphere of values and symbolism* [in:] *Tourism in Poland*, ed. E. Puchnarewicz, Warsaw 2015, pp. 35–46.

²⁵ Por. G. Bieńczyk, *Krajoznawstwo i jego związki z turystyką*, Warszawa 2003.

²⁶ Ministerstwo Sportu i Turystyki (2017), *Raport Ministerstwa Sportu i Turystyki*, <https://www.msit.gov.pl/pl/turystyka/aktualnosci/7403,Charakterystyka-podrozy-mieszkancow-Polski-w-2016-r.html> [dostęp: 23.12.2017].

- Cynarski W.J. *Metodologia badań społecznych i antropologiczno-kulturowych w naukach o kulturze fizycznej i w obszarze turystyki*, Rzeszów 2021.
- Cynarski W.J., *Promocja turystyki w działalności Stowarzyszenia Idokan Polska i IMACSSS* [w:] *Rola organizacji pozarządowych w rozwoju i promocji turystyki*, red. B. Sawicki, A. Nizioł, M. Obodyński, Rzeszów 2012, s. 244–251.
- Cynarski W.J., *Spotkania, konflikty, dialogi. Analiza wybranych obszarów kultury fizycznej i turystyki kulturowej*, II wyd. zm., UR, Rzeszów 2010.
- Cynarski W.J. *Training trips of martial artists – Władysławowo '2016*, „Scientific Review of Physical Culture” 2016, vol. 6, no. 4, pp. 184–189.
- Cynarski W.J. *Turystyka naukowa w perspektywie socjologii wizualnej*, Rzeszów 2015.
- Cynarski W.J., *Turystyka sentymalna w aspekcie symboliki odwiedzanego miasta na przykładzie Lwowa* [w:] *Aktywność turystyczno-rekreacyjna w obiektach dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego*, red. J. Rut, P. Rut, Rzeszów 2009, s. 13–21.
- Cynarski W.J. *Zamki obronne na ziemiach polskich. Wykorzystanie dziedzictwa sztuki fortyfikacji w turystyce kulturowej*, „Folia Turistica” 2012, nr 26, s. 195–212.
- Cynarski W.J., Grzywacz R., *Tourist, ecological and recreational behaviours in leisure time – contribution to the sociology of leisure time*, „Prace Naukowe Akademii im. J. Długosza Kultura Fizyczna” 2016, t. 15, no. 1, pp. 79–87.
- Dziedzictwo kulturowe szansą rozwoju turystyki w regionie*, red. K. Obodyński, M. Ďuriček, A. Nizioł, Rzeszów 2009.
- Gal A., *Evaluations of patriotism across countries, groups, and policy domains*, „Journal of Ethnic and Migration Studies” 2017, <https://doi.org/10.1080/1369183X.2017.1319761>.
- Golka M., *Socjologia kultury*, Warszawa 2008.
- Hundert Z., *Husaria konna w wojnie polsko-tureckiej 1672–1676*, Oświęcim 2012.
- Jan Paweł II, *Pamięć i tożsamość. Rozmowy na przełomie tysiącleci*, Kraków 2005.
- Kamińska-Kwak J., *Powojenny Przemysł i jego mieszkańcy (1944–1956)*, Rzeszów–Przemysł 2014.
- Krawczyk Z., *O turystyce i rekreacji. Studia i szkice*, Warszawa 2007.
- Krippendorff K., *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, Sage, Thousand Oaks, CA 2004.
- Maciuk O., *Zamki i twierdze Ukrainy Zachodniej. Wędrówki historyczne*, Lwów 2008.
- Malikowski M., *Problemy i dylematy ujęcia systemowego* [w:] M. Malikowski, *Socjologiczne problemy miasta*, Rzeszów 1998, s. 92–104.
- Mikos von Rohrscheidt A., *Medieval defense objects in Poland as tourist purposes and attractions for cultural tourism*, „Ido – Ruch dla Kultury / Movement for Culture” 2010, vol. 10, no. 1, pp. 102–117.
- Motyka M., *Turystyka etniczna a turystyka sentymalna*, „Social Space” 2016, nr 1, s. 1–22.
- Munsters W., *Culture and tourism: from antagonizm to synergizm*, „Ido – Ruch dla Kultury / Movement for Culture” 2008, vol. 8, pp. 165–173.
- Sieber L., Cynarski W.J., Slopecki J., Ziemiński P., *Patriotic education through Budō and combat sports: On the example of Idōkan Poland Association* [in:] *Martial Arts and Combat Sports – Humanistic Outlook*, ed. W.J. Cynarski, Rzeszów 2009, pp. 137–144.
- Tourism in Poland*, ed. E. Puchnarewicz, Warsaw 2015.
- Turoś L., *Antropologia turystyki*, Warszawa 2003.
- Turoś L., *Autokreacja i turystyka edukacyjna*, „Przegląd Naukowy Kultury Fizycznej Uniwersytetu Rzeszowskiego” 2005, t. 8, z. 1–2, s. 90–94.

PATRIOTISM IN OUTGOING TOURISM BASED ON THE DECISIONS OF SELECTED POLISH POLITICIANS, ARTISTS AND SOCIAL ACTIVISTS

Summary

Does economic patriotism translate into tourist travel decisions of Poles and their place of spending their vacation time? The aim of the research undertaken here was to search for and discuss the relationship between the outgoing tourism of politicians (of various orientations), social activists and other elite members and patriotism.

The methodology used here is a qualitative analysis of the content of mass media and the literature on the subject. Overall, it is an analysis of a broader discourse on this issue. Additionally, a diagnostic survey was conducted among N = 20 Polish politicians, asking on the internet about the place of summer rest in the last two years to ten representatives of the ruling coalition and up to ten people from opposition parties.

Press releases suggest that the political right prefers native sightseeing. All respondents confirmed that they spend their holidays in Poland, but the scale of returns / answers given was very low (15%). While in the Second Republic of Poland the choice of Poland as a holiday destination was in a good tone, at present it is difficult to state a clear correlation between patriotic (or cosmopolitan) orientation and the choice of a tourist destination.

Keywords: sociology of leisure, tourism theory, recreation, travel destinations, patriotism