

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1. Turystyka kulturowa w badaniach naukowych	11
1.1. Dziedzictwo kulturowe a trendy rozwojowe współczesnej turystyki	11
1.2. Turystyka kulturowa a system nauk geograficznych	22
1.3. Turystyka kulturowa jako element klasyfikacji ruchu turystycznego	27
1.4. Produkt turystyczny	38
1.5. Produkt turystyki kulturowej	46
Rozdział 2. Wybrane elementy obrazu etnograficznego Mazowsza i Pomorza	51
2.1. Kultura ludowa a tworzenie się tożsamości regionalnej	51
2.2. Położenie geograficzne oraz historyczne zmiany granic badanych regionów etnograficznych	57
2.3. Lud i tradycyjna społeczność wiejska	62
2.4. Kultura materialna	65
2.4.1. Strój ludowy	66
2.4.2. Architektura i budownictwo ludowe	68
2.4.3. Wyposażenie domu wiejskiego	72
2.4.4. Kuchnia regionalna	75
2.5. Kultura niematerialna	77
2.5.1. Folklor i sztuka ludowa	77
2.5.2. Wierzenia, obrzędy i zwyczaje	86
Rozdział 3. Produkt turystyczny i atrakcyjność turystyczna wybranych muzeów etnograficznych Mazowsza i Pomorza	95
3.1. Muzeum etnograficzne jako jednostka organizacyjna	95
3.2. Proces kreowania produktu turystycznego badanych muzeów	100
3.3. Charakterystyka produktu turystycznego badanych muzeów	119
3.3.1. Dziedzictwo	121
3.3.2. Infrastruktura	138
3.3.3. Organizacja i zarządzanie	143
3.3.4. Wartość dodana	144
3.4. Atrakcyjność turystyczna badanych muzeów	145
Rozdział 4. Produkt turystyczny muzeum etnograficznego jako jeden ze sposobów na zachowanie tożsamości regionalnej w dobie globalizacji	175
Zakończenie	189
Literatura	193
Spis tabel	203
Spis rysunków	205