

УДК 172.4:379.8.093:379.8.095

Г.А.ГАРБАР (доктор філософських наук, доцент, завідувач кафедри соціально-гуманітарних дисциплін)

Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв, Миколаїв, Україна

E-mail: masha.garbar@mail.ru

КУЛЬТУРНИЙ ТУРИЗМ В КОНТЕКСТІ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ

Здійснюється філософський аналіз туристичної діяльності в контексті масової культури. Культурний туризм у сфері масової культури – це дещо більше ніж орієнтація на культурні цінності, це усвідомлення своїх власних культурних цінностей в контексті загальносвітових, на правах дистанціювання і діалогу культур. Прослідковується трансформація цінностей у масовій культурі та засоби культивування споживання цінностей культури в туризмі кінця ХХ – початку ХХІ століть. Культурний туризм у просторі субкультур масової культури розглядається як поле, де в процесі споживання виникають нові значення в залежності від потреб та індивідуального розвитку особистості, і тому туризм як культурна практика може розглядатися як контркультура в масовій культурі.

Ключові слова: культурний туризм, масова культура, функції туризму, соціокультурний феномен, феномен туризму.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Туризм у контексті глобалізаційних процесів кінця ХХ – початку ХХІ століть набуває нової якості як своєрідна культурна практика. Водночас з масовістю туризму трансформуються й самі культурні форми туристичної діяльності, яка стає все більш синтетичною, орієнтованою на «мобільний», «динамічний» світ подорожей, самореалізацію особистості. Актуальність дослідження туризму в контексті масової культури полягає у поширеному оформленні його як шоу, певної сценічної мультикультурної реальності: масовий туризм на футбольні матчі, Олімпійські ігри, Міжнародні виставки, відвідування фольклорних свят, – все це націлено на емоційне переживання, вживання туриста в певну ментальність народу, епохи, міста. Людина сучасної масової культури потрапляє в ситуацію «стиснутого» часу і простору. Швидкість подорожей усуває час і розширює простір. Адже психологічно можемо відзначити й зворотну метаморфозу – культурний туризм розширює культурний час подорожі, робить його емоційно насиченим.

Орієнтація туристичної діяльності на культурні цінності виникає в контексті глобалізації туристичних комунікацій і спонукає, за Д.Уррі, до формування інституалізації феноменів культури, що стають складовою культурного туризму. Роль туризму – у формуванні особистості, її всебічному розвитку, в тому числі здатності адаптуватися в сучасному глобалізованому світі загальноновизнана. Туризм – це, насамперед, людське підприємництво, до якого людина вдається аби задовольнити свої світоглядні та духовні потреби, пізнати навколишній світ, реалізувати свою

особистість у просторі «Іншого»: інших культур, звичаїв, способів життя.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. Проблеми, пов'язані з туристичними реаліями масової культури, звичайно, не вписуються в суто утилітарну та технологічну матрицю туристичних концепцій. Йдеться про необхідність осмислення теорії культури як певного маркера ідентичності будь-якої культурної практики, зокрема, такої, якою є туризм, а також осмислення масової культури як явища ХХ століття. Туризм як культурна практика у межах гострих трансформацій сьогодення – це культурні цінності, які визначаються як цінності споживання культурних продуктів, турпродукту. Це цінності, які створені в історії розвитку цивілізації людства і які виробляються в конкретних практиках і реаліях масової культури: мас-медіа, дизайні, рекламі, менеджменті. Все це спонукає до вирішення поставленої проблеми.

Вивченню туризму як особливої сфери людської діяльності присвячено досить багато соціально-філософських, культурологічних, історичних та соціологічних розвідок не тільки в світовій, але й у вітчизняній літературі. Зокрема, природу і сутність туризму розглядали такі відомі дослідники, як Д. Белл, Дж. Джаффарі, Дж. Мід, Т. Парсонс, К. Річі, Дж. Уоркер, Е. Фромм, М. Вебер, М. Гайдеггер та ін. Найбільш вагомий внесок у розгляд туризму як специфічної сфери й виду людської діяльності зроблено в творах російського дослідника В. Квартальнова. Водночас серед українських дослідників сфери туризму – праці С. Грибанова, В. Горбик, С. Горського, Т. Дворової, О. Дорошко, А. Ємченко, В. Євдокименко, А. Зайцева, В. Зінченко, А. Козицького, Н. Крачило, О. Лугової, М. Лукашевича, Я. Луцького, Г. Науменко, В. Пазенка, Є. Піскової, М. Поплавського, С. Поповича, Т. Сокола, П. Тронько, В. Федорченко, Ф. Шандора, М. Шульги.

Мета статті – описати феномен культурного туризму в контексті масової культури та охарактеризувати мультикультурну реальність технологій туристичної діяльності кінця ХХ – початку ХХІ століть.

Виклад основного матеріалу та обґрунтування отриманих результатів. Останнім часом особливої актуальності набув так званий культурний туризм – форма взаємодії, культурного обміну, яка передбачає цілеспрямоване занурення в культурне середовище з метою його освоєння [1, с. 278]. У даному випадку туристичні подорожі постають засобом прилучення людей до загальнолюдських цінностей через власний внутрішній досвід, через емоційні індивідуальні переживання. Вони дають можливість сприймати картину світу в її цілісності, в єдності почуттів і думки. Культурна місія туризму полягає у розширенні ціннісних горизонтів соціокультурного життя людини, в піднесенні людини над повсякденністю. Власне, туризм у цьому розумінні – завдяки єдності процесів упредметнювання і розпредметнювання – «творить» сучасну культурну людину. Важливою складовою цього процесу є і формування культури спілкування подорожуючих – адже спільне здійснення туристичної поїздки

в певному колективі сприяє згуртуванню через позитивні емоції, зближенню – навіть формуванню особливої субкультури цієї подорожуючої спільноти. І ще одним аспектом культурної місії туризму можна вважати творення самого культурного простору для туристичної діяльності. Адже будь-які туристські ініціативи неодмінно пов'язані з творенням зон відпочинку, або ж їх облагороджуванням, модернізацією, формуванням цивілізованої інфраструктури тощо.

Відносно новою і нерозвіданою формою здійснення туристичної діяльності є культурологічні практики. Вони передбачають поїздки з метою цілеспрямованого поглибленого вивчення мови і культури іншого регіону чи народу. Якщо подивитись на цю форму більш детально, то культурологічна практика призначена: ознайомитись з іншою культурою; стати активним учасником діалогу культур; сприяти виробленню установки на розуміння (чужої культури, способу життя тощо); навчитися жити за принципами мовної і соціокультурної толерантності; перевірити рівень своїх знань на практиці, поєднати знання про культуру і саме про життя; бачити себе в культурі та культуру в собі; стати носієм культури; сформувати в собі чітку систему цінностей. На нашу думку, зміст культурологічних практик розкривається ширше в понятті історико-культурного туризму, який включає: знайомство з мистецтвом і літературою, історичний туризм, туризм архітектурної культури, туризм тематичних парків культури, туризм міського середовища, музейний туризм [4, с. 11–15]. Туризм як діяльність, що існує в міжнародному просторі, в тій чи іншій мірі, спонукає до культурної актуалізації того чи іншого регіону, а також до того, що зветься зв'язком культур та їх діалогом. У даному контексті слід говорити про розмаїття культур. В Україні існує багато етносів та субетносів, які є культурними епіцентрами або культурними зонами, що несуть свою ментальність, традиції, зберігають свій мелос і в певній мірі спонукають до того, що культура країни стає носієм величезного культурного потенціалу. Туризм в умовах розмаїття культур – це орієнтація на локальні епіцентри внутрішнього туризму на маргіналії, на їх повне відтворення або регенерацію, звернення до проблем етнокультурології. Важливо, що в умовах розмаїття культур, саме культурний туризм дає можливість здійснити ідентичність суб'єкта туристичної діяльності. Культурний туризм сприяє виявленню етнокультурної самобутності народів, в тій чи іншій мірі спонукає підживленню і розвитку тих ремесел, які вже втрачені.

Рекреація, яка несе в собі культурне, природне середовище, має як суб'єктний, ментальний, так і природний виміри, також несе в собі характеристики культури, що пов'язана з традиціями, звичаями, досвідом побутування як певна реальність предметно-зорового, видовищного характеру, яку туристи сприймають як найголовнішу ознаку культури. Це пам'ятки архітектури, скульптури, живопису та ін. Можна типологізувати комунікативні відносини міжкультурних контактів на підставі мотивації цих означуваних, мотивів поведінки, завдань, які ставлять туристи перед собою, але найважливішим є намагання збільшити свій досвід іншим культурним

досвідом [3]. Важливо, що парадигма складності і безмежного розмаїття культур є сучасним виміром культури і відповідає реаліям сьогодення, в якому існують туристичні практики. Зараз багато йдеться про глобалізацію як тенденцію в різних сферах соціокультурного буття людства. Всі ці процеси цілком природні сучасному світові, який все більше й більше інтенсифікує комунікативні, виробничі та інші процеси свого розвитку. Але це інколи дуже шкідливо позначається на тих культурних цінностях, які не потребують нівеляції й будь-якої універсалізації та адаптації. Оскільки глобальна культура може утворювати нові культурні цінності або змінювати існуючі, вона може сприяти зникненню національно-культурних ідентичностей різних народів. Найсерйозніша проблема – це не просто експансія глобальної культури, а руйнація нею національних ідентичностей народів. У зв'язку з цим на локальному рівні слід очікувати зростання розуміння необхідності захисту національного розмаїття. Туризм в контексті всіх цих реалій стає одним із факторів глобалізації. З одного боку, – це високо розвинута індустрія, яка так чи інакше діє та є масовою і надзвичайно структуризованою як комерційний бізнес, маркетинговий образ буття. З іншого боку, вона потребує свого культурного осмислення, інших підходів і програм щодо культурації і створення своєрідного культурного поля туристичної діяльності.

Постає питання – наскільки туризм є фактором глобалізації культури, наскільки він може продукувати, трансформувати і впливати на всі ті процеси, які виникають в культурі. Ми можемо сказати, що туризм, як фактор глобалізації саме в цьому контексті безконфліктного єднання суб'єкта й об'єкта, їх неподільності може використовувати, здійснювати всі механізми, реалії, трансформації культурних кодів, симулякрів і всього іншого, чим сповнена наша культура, але лише в обмежених просторових і часових реаліях туристичної діяльності. Турист як суб'єкт туристичної діяльності, який можна зазначити формулою «я той, хто...». Тобто формою субституції, де об'єкт поглинає суб'єкт. Об'єкт фактично стає суб'єктом, а суб'єктно-об'єктна опозиція існує як суб'єктно-суб'єктна опозиція. Ми бачимо, що вже сама інфраструктура суб'єктності туристичної діяльності так чи інакше реагує на механізми глобалізації культури і глобалізує її саме типологічно, на підставі моделювання глобалізації в контексті тих суб'єктів, суб'єктних моделей, які ми зазначили як культуротворчі механізми і принципи. В умовах глобалізації культури туризм є одним із ефективних принципів розширення механізмів, презентації різних культур, регіональних центрів, рекреацій, які утворюють свої особливі методи щодо співтовариства, співучасті в загальних процесах міжнародного спілкування як на рівні туристичної діяльності, так, і на рівні загальнокультурних процесів. Важливо також зазначити, що специфічний, локально зазначений культурний туризм також впливає і на загальноекономічну ситуацію на макрорівні. Тобто, він виходить на інші процеси глобалізації, які ширші, ніж процеси глобалізації культури, саме в геополітичному просторі. Здається, що культурний туризм в певній мірі є альтернативою будь-якої глобалізації,

а також уніфікації та колонізації як економічних, макроекономічних, геологічних, геополітичних принципів. Культурний туризм в цьому контексті стає антитезою будь-якої експансії і дає можливість на побутовому рівні, тобто на середньому рівні культури, здійснити контакти, які б допомогли безпосередньо в комунікативних зонах спілкування визначити ціннісні пріоритети як культурних, так і економічно-соціальних відносин в суспільному устрої будь-якої країни.

Важливо, що туризм, як фактор глобалізації культур вносить і свої теоретико-методологічні регулятиви в ті процеси, які відбуваються в сучасному суспільстві. Так, наприклад, розуміння культурного надбання як певного ресурсу, свідчить про унікальність культурної спадщини, явищ культури, які не можуть бути адаптовані або описані мовою іншої культури і визначені в іншому культурному контексті. Процеси глобалізації, які зараз відбуваються не є довготривалими, вони лише на певний час, потім може наступити зовсім протилежний процес – процес локалізації. Це вже відбувалось в історії, не раз величезні імперії розвалювалися і виникали своєрідні культурні центри, які створювали абсолютно автентичну незалежну і своєрідну культуру [5]. Зазначимо, що сьогоднішня драматична проблема, де людина, природа, культура і планета поставлені в стан взаємного бачення, коли вже не лише людина бачить, а вже природа починає бачити людину «очима темних вікон» Чорнобиля, природа починає бачити наслідки того, що створили з нею, все це так чи інакше потребує загальної самосвідомості, загального вдосконалення, яке теж можна визначити як певну глобалізацію, як певну акцію неекономічного мислення. Всі ці реалії так чи інакше зіштовхуються з туризмом та на побутовому рівні знаходять своє вирішення. Наша проблема – зазначити й сформулювати ці відзнаки структурно-диференційно, як складові туристичної діяльності або культури туризму як чинника глобалізації культури. Ми вже підійшли до певного розуміння, що культура туризму стає однією із культурних практик в цілому, а діалог культур здійснюється саме в контексті культури туризму. Не культурного туризму як споживацької стратегії сприйняття пам'яток архітектури, а самої культури туризму, що стає засобом діалогу культури. Цей аспект бачення проблеми дає більш широке аксіологічне та культуровимірне розуміння як діалогу культур, так і місця туризму в цьому діалозі культур. Ми можемо стверджувати, що культура туризму як традиційна культура подорожування, яка акумулює в собі потенціал традиційного шляху або поведінки людини на шляху в усіх можливих здійсненнях індустріалізації, комерціалізації та економічних стратегій залишається автентичною культурою подорожі, яка зберігає свої пріоритети: образ дому, дороги, уходу, повернення.

Всі ці реалії так чи інакше базуються на визначенні культури туризму, яка має найбільш вільну сферу волевиявлення, коли людина присвячує свій час вільному мандруванню. Мандри, стратегія подорожі, як певна культура, певним чином реалізує стратегію діалогу культур, яку теж не можна зрозуміти як банальне пересування й зустріч з іншою культурою. Розмаїття

Гарбар Г.А., 2014

культур – багатство людства, що історично склалося, і діалог тому є найважливішим способом взаєморозуміння народів, розвитку справжнього інтересу й духовності. Діалог передбачує установку на взаємодію і взаєморозуміння між людьми, бажання долучитися до цінностей і досягнень іншої культури, пізнати й прийняти її неповторність й унікальність, відноситися до неї шанобливо і толерантно. Це завдання надзвичайно складне і вимагає певного виховання та емоційного настрою, подолання монологічного і авторитарного стилю свідомості й поведінки. В умовах глобалізації діалог стає важливим методологічним орієнтиром розвитку культурологічних досліджень. Діалог культур в рамках глобалізації, екологічної ситуації або метаекологічної ситуації в рамках розмаїття культур є досить складною програмою, коли кожна культура, з одного боку, визначає свою індивідуальність і пишається цією індивідуальністю, а, з іншого боку – готова прийняти будь-яку іншу культуру. Тому метафора діалогу культур, яка була широко зазначена і, яка існує на правах інтерпретанти або інтерпретативного поняття, що характеризує комунікативний простір культури, потребує свого структурного і разом суб'єктно-об'єктного визначення [5]. Туризм завжди надає широкі можливості культурного спілкування. Людина завжди прагне пізнати предметно та чуттєво навколишній світ та інших людей як ситуацію культурного спілкування. Формування здатності розуміння культури своєї країни та культури іншої країни та іншого народу є тим результатом живого товариського зв'язку спілкування, що стає засобом її подальшого існування.

Туризм дає творчі імпульси для розвитку культури. Культурний обмін пробуджує більш глибокий інтерес до звичаїв, традицій інших народів і цивілізацій, виступає як конкретне виявлення діалогу. «Входження» в іншу культуру та пізнання інших культур допомагає краще зрозуміти і власну культуру, і самого себе. Особистісні контакти, сприяють толерантності, повазі до національної своєрідності звичаїв, вихованню в душі культури миру та демократії, як закликає ЮНЕСКО. Розвиток туризму сприяє зміцненню національних особливостей, традицій гостинності різних народів. Відповідно до традиційних понять щодо відносин між людьми закони гостинності вважаються священними. Демонстрація культурних традицій своєї країни іноземним туристам допомагає їх більш глибокому розумінню та виховує патріотичні почуття, національну гідність. Туризм – це елемент людської культури, специфічна людська діяльність, яка позначається як на самій особистості, так і в світі цінностей, які вона створює. Культуру не можна обмежити якоюсь однією стороною життєдіяльності, не можна звести до сукупності результатів людської діяльності, адже вона охоплює всі сфери життя, представляючи собою процес виробництва і відтворення особистості, задоволення її матеріальних і духовних потреб. Туризм – це процес контакту культур, соціальних груп, народів, які відвідуються туристами. Кожна «приймаюча» культура, може запропонувати безліч цінностей: природні (краса та самобутність природи, особливий клімат), духовні та культурні

(народна творчість, побут, особливості етнічного розвитку), а також соціальні. Надана система цінностей може бути глибоко відмінною від звичних для туриста культурних надбань, що може призвести до так званого «культурного шоку». Але це ж протиріччя, внаслідок взаємодії різних систем цінностей, може також стати і чинником їх збагачення, якщо воно позитивно сприймається та призводить до розвитку та вдосконалення індивідів і груп, що спілкуються [3]. Завдяки розвитку туризму посилюється взаємовплив, взаємопроникнення культур. Розгортається процес масового долучення до загальнолюдських культурних цінностей. При тому не означає, що уніфікація культурних норм, прийняття загальної єдиної системи цінностей зменшує значущість здобутків національних культур, адже для туризму останні мають особливу цінність. Національна культура, чим вона унікальніша тим більше вона здатна поповнити скарбницю загальнолюдської культури. Визнаючи унікальність цінностей та значення кожної культури для світової цивілізації, моральних ідеалів, традицій, звичаїв, обрядів, художнього бачення і вираження світу у побуті, міжнародна спільнота сьогодні відзначає необхідність збереження самотності та розквіту кожної окремої культури світу. З огляду на це Всесвітня туристська організація підписала Хартію культурного туризму (1976 р.), в якій зокрема визначила вагомий вплив туризму на історико-культурну спадщину. Цей документ зазначає, що туризм справляє на історико-культурну спадщину значний позитивний вплив з тієї точки зору, що інтереси, пов'язані з власне туристичним розвитком, водночас сприяють захисту, збереженню та відновленню історичних міст і культурних пам'яток.

Висновки. Отже, у сучасній теорії культури змінився сам модус інтерпретації масової культури: від загального заперечення до певної захопленості масовою культурою як популярною, адаптованою, всезагальною «метамовою», що дозволяє долати бар'єри культурних меж і стає загально сприйнятим кодом комунікації. Трансформується сенс категорій «культурний туризм», «масовий туризм», «туристична рефлексія», «культурна рекреація» у контексті масової культури. «Культурний туризм» підкреслює орієнтацію людей на споживання цінностей культури і культуротворення в процесі споживання у туризмі. А у сфері масової культури – це також визначення своїх власних культурних цінностей у контексті загальносвітових цінностей культури в цілому та паритетне, на правах дистанціювання і діалогу культур відстоювання своїх власних особливостей туристичної діяльності. «Рефлексія туризму» набуває модельних ознак комунікації в масовій культурі в цілому; адже є наявною і протилежна тенденція – уніфікація і окалізація стратегій туристичної діяльності як національних, регіональних й інших інтенцій. «Рекреалогія туризму» в контексті масової культури визначає категорію «рекреація» як універсум задоволення споживацьких потреб. Масова культура в контексті туристичної діяльності трансформує цінності публічного масового засвоєння простору, «маса» стає одним із феноменів культури творчості. Масова культура накладається на культурні цінності, які традиційно існують

в туристичній діяльності. Виробництво місць, обмін місцями, просування місць на ринок як дестинацій – це ті складові туристичних технологій, які є водночас і технологіями масової культури.

Список використаної літератури:

1. Воронкова Л. П. История туризма и гостеприимства: [учеб. пособ.] / Л.П. Воронкова. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2004. – 304 с.
2. Давыдов Ю.Н. Социология контркультуры: Инфантилизм как тип мировоззрения и социальная болезнь / Ю.Н. Давыдов, И.Б. Родянская. – М.: Наука, 1980. – 264 с.
3. Зейб А. Туризм – средство прямого диалога между культурами и народами / А. Зейб // Диалог цивилизаций: исторический опыт и перспективы XXI века. Доклады и выступления. – М.: РУДН, 2002. – С. 223-228.
4. Циншен Ван. Историко-культурный туризм и развитие туристических городов / Ван Циншен // Культура народов Причерноморья. – 2002. – № 35. – С. 11–15.
5. Getz D. Tourism planning and the destinations life cycle / D. Getz // Annals of tourism research. – 1992. – № 19 (4). – P. 752-770.

REFERENCES (TRANSLATED & TRANSLITERATED)

1. Voronkova L. P. Istoriya turizma i gostepriimstva: [ucheb. posob.] / L.P. Voronkova. – М. : FAIR-PRESS, 2004. – 304 s.
2. Davydov Yu.N. Sotsiologiya kontrkultury: Infantilizm kak tip mirovozzreniya i sotsialnaya bolezn / Yu.N. Davydov, I.B. Rodyanskaya. – М.: Nauka, 1980. – 264 s.
3. Zeyb A. Turizm – sredstvo pryamogo dialoga mezhdru kulturami i narodami / A. Zeyb // Dialog tsivilizatsiy: istoricheskiy opyt i perspektivy NNI veka. Doklady i vystupleniya. – М.: RUDN, 2002. – S. 223-228.
4. Tsinshen Van. Istoriko-kulturnyy turizm i razvitie turisticheskikh gorodov / Van Tsinshen // Kultura narodov Prichernomor'ya. – 2002. – № 35. – S. 11–15.
5. Getz D. Tourism planning and the destinations life cycle / D. Getz // Annals of tourism research. – 1992. – № 19 (4). – P. 752-770.

Г.А.ГАРБАР (доктор философских наук, доцент, заведующий кафедры социально-гуманитарных дисциплин)

Николаевский филиал Киевского национального университета культуры и искусств, Николаев

**КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ В КОНТЕКСТЕ МАССОВОЙ
КУЛЬТУРЫ**

Осуществляется философский анализ туристической деятельности в контексте массовой культуры. Культурный туризм в сфере массовой культуры – это больше чем ориентация на культурные ценности, это осознание своих собственных культурных ценностей в контексте общемировых, на правах дистанционирования и диалога культур. Прослеживается трансформация ценностей в массовой культуре конца XX – начала XXI веков и способов культивации потребления ценностей культуры в туризме. Культурный туризм в пространстве субкультур массовой культуры рассматривается как полет, где в процессе потребления возникают новые значения в зависимости от потребностей и индивидуального развития личности, и потому туризм как культурная практика может рассматриваться как контркультура в массовой культуре.

Ключевые слова: культурный туризм, массовая культура, функции туризма, социокультурный феномен, феномен туризма.

G. GARBAR (doctor of philosophical sciences, associate professor, manager of department of social humanitarian disciplines)
Nikolaev branch of Kiev National University for Culture and Arts, Nikolaev

CULTURAL TOURISM IS IN CONTEXT OF MASS CULTURE

Philosophic analysis of tourist activity within mass culture is carried out in the thesis. Cultural tourism within mass culture is more than orientation on cultural values, it is the understanding of peculiar cultural values within the context of generally accepted ones, confirmation of tourist activity peculiarities. Having reviewed tourism as a coherent system, the facts about impact of tourism on the society development are determined, potential development zones are identified, which are accumulated in certain scientific fields of study. The phenomenon of cultural tourism is analyzed, place and role of tourism in modern world are cleared up, and its essence and structure are reviewed. Review of the essence, structural and functional aspects of tourism as a cultural phenomenon. Multicultural reality of technologies of tourist activity is characterized as phenomenon of postmodernism culture. Tendencies of globalism in the system of tourist activity are defined as realias of mass culture communicative processes. Transformation of values in mass culture of the end of XX-the beginning of XXI centuries and means of values of culture consumption in tourism are traced. Principles of formation of adaptive strategies of tourist behavior as definite reality are determined. Cultural tourism within subcultures of mass culture is considered as some space in which new meanings appear in the process of consumption, depending on personality's requirements and individual development. Cultural values as phenomena of perception in the context of tourist activities are characterised. A tourist is defined as a subject of perception of the values of culture. Tourism is defined basing on the variety of cultures, cultural globalization. Cultural tourism is studied as means of the dialogue of cultures. Tourist activity is determined as one of the means of actualization of cultural regional resources. The trends of cultural tourism development and the program of its development as system integrity in Ukraine are suggested. The analysis of ambivalence of cultural tourism is given, which on the one hand is a statement of technologies of mass culture consumption, and from the other hand becomes the alternative to values of culture neutralizing. It was shown that tourism according to its cultural means and social orientations is one of the important factor of promotion of peace on Earth, coincidence of social and individual interests, providing of co-evolutional type of connections of society and nature, minimization of social evil, indoctrination of anti-crisis strategy of stable development. In dissertation expose conceptual essence and main forms of reveal of «responsible tourism» in modern social practice. The paper shows that by its cultural means and with social orientation tourism is one of the important reasons for harmonizing social and individual interests, it serves the introduction of co-evolutionary relationship between society and nature, minimization of social evil, implementation of anti-crisis strategy for stable development, peace on Earth. The thesis presents the analysis of ambivalence of cultural tourism, which on the one hand, serves to validate the technologies of mass culture consumption, and on the other hand, is an alternative to cultural values leveling.

Key words: cultural tourism, mass culture, tourism functions, social-cultural phenomenon, the phenomenon of tourism.

*Стаття надійшла до редколегії 26.10.13р.
Прийнята до друку 31.10.13р.*

Рецензент: д.філософ.н, проф. Воронкова В.Г.