

правной точкой для действий, чтобы предотвратить психологическую травму детей. Эгоизм и незрелость родителей приводят к тому, что дети оказываются в стороне. Чувство покинутости возникает у детей не из-за самого факта развода отца и матери, а потому что до них никому нет дела. Далее на фоне переживаний возникает явление «детей как разменной монеты». Ребенку внушаются искаженные факты одного родителя против другого.

Чтобы сгладить совокупность неблагоприятных факторов, образующихся в процессе развода и после него, требуется развитие культуры благополучного развода. Здесь важно отметить формирование цивилизованного подхода к воспитанию детей у бывших супругов. Ведь часто отцу и матери не хватает собственной культуры и знаний для выполнения родительских функций.

Несмотря на трансформацию института семьи, для родителей важно осознание того, что они должны оставаться матерью или отцом своему ребенку, воспитывать его даже после разрыва отношений.

Таким образом, функционирование института семьи после развода нарушается. Это усугубляется тем, что ребенок, выросший в неполной семье, часто не имеет «здорового» представления о том, что такое семья, какой она должна быть, что должны и не должны делать супруги. Впоследствии такой индивид испытывает трудности при создании уже своей семьи в зрелом возрасте.

Библиографический список

1. Осипов Г.В. Социологический словарь / отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев. М. : Изд. группа «ИНФРА М — НОРМА», 2014. С. 408–411.

Е.Г. Котенок, В.С. Фролова (Барнаул)

ТУРИЗМ КАК ОБЪЕКТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Научный руководитель — Е.А. Попов

Жизнь в современном мире требует от человека большого количества ресурсов и энергии. Это приводит к ослаблению здоровья населения, стрессам и другим психологическим расстройствам. Для

восстановления внутренних ресурсов, которые мы тратим в процессе профессиональной и учебной деятельности, а также в ходе выполнения бытовых обязанностей, нам необходимо активно отдыхать.

Система туризма решает важные задачи социальной сферы, а именно: определяет образ и уровень жизни людей, их благосостояние и то, как люди распределяют свое свободное время. Помимо этого, туризм оказывает положительное воздействие и на другие отрасли народного хозяйства: стимулирует экономическое развитие территории; увеличивает занятость местного населения.

Весомый вклад в создание социологии туризма в качестве самостоятельной отрасли научного знания внесли работы по социальным аспектам туризма и путешествий Г. Зиммеля, А. Шюц, Т. Парсонса. В их исследованиях были рассмотрены формы и условия путешествий в зависимости от различных социальных факторов (размер дохода, национальные и социальные предпочтения, общественная поддержка туризма) [1].

Большинство ученых сходятся во мнении, что туризм как социальный феномен необходимо исследовать в комплексе с другими теориями:

- теория социальных действий, социальных изменений, социальной мобильности (М. Вебер);
- теория социальных фактов, социального контроля (Э. Дюркгейм);
- теория структурного функционализма (Т. Парсонс);
- теория аномии, явных и латентных функций (Р. Мертон);— теория глобального общества (Э. Гидденс, З. Бауман);
- теория социальной мобильности (Дж. Урри) [2].

Туризм можно рассматривать как социальный феномен в качестве предмета социологии, которая исследует социальные условия, способствующие передвижению человека и выбора им образа отдыха, направления путешествия, поведение и мотивации людей в различных аспектах: в зависимости от возраста, национальности, социального положения, образования, места проживания, культурных устоев [3].

В своей работе Т.Н. Юдина раскрывает основные функции социологии туризма:

1. Основной функцией является познавательная, или гносеологическая. С ее помощью происходит сбор нужной теоре-

тической и эмпирической информации, которая преобразуется в дополнительные сведения о туризме.

2. Описательно-диагностическая функция. Ее суть состоит в том, что она систематизирует, описывает, накапливает исследовательский материал по проблемам динамики и тенденций туристских потоков, выявления наиболее значимых социальных проблем, связанных со сферой туризма. Практическая значимость данной функции состоит в создании и принятии управленческих решений в области развития туристской отрасли.
3. Прогностическая функция. Суть данной функции заключается в выделении тенденций, закономерностей протекания и перспектив развития туризма, факторов его замедления или усиления и разработки прогнозов интенсивности, направленности, масштабов, типов туристических потоков, а также наиболее результативных социальных и экономических форм адаптации туристов в местах их отдыха. Данная функция является важной для создания оптимальных условий удовлетворения потребностей туристов, реализации рекреационного и социокультурного потенциала мест посещения.
4. Инструментальная функция. Благодаря ей разрабатываются методы социологического анализа туризма, методики и техники сбора, анализа социологической информации с выработкой социальных технологий регулирования туризма.
5. Практиолого-социоинженерная функция связана с деятельностью по обоснованию, планированию и реализации проектов по регулированию туристских потоков.
6. Идеологическая функция связана с тем, что она отражает социальные интересы различных слоев и групп общества в отношении туризма и его последствий для общества [4].

По нашему мнению, еще одной важной функцией социологии туризма является то, что она позволяет проследить, как обогащается человеческий интеллект, мировоззрение, совершенствуются духовно-нравственные отношения. Человек примеряет на себя различные роли, пробует себя в новых культурных условиях.

Одной из важнейших составляющих социологии туризма является феномен социальной мобильности, рассматриваемый как способность индивидов социальных групп оперативно адаптироваться к переходам из одних социокультурных систем в другие [5].

Таким образом, социология туризма, являясь одной из отраслей социологии, создает принципиально новые подходы к изучению социальной составляющей такого явления, как туризм, его влияния на изменение социальной структуры общества, а также воздействия туристских потоков и миграционных процессов на социальную мобильность, смену ролевых установок и поведенческих характеристик как самих туристов, так и принимающего их общества.

Библиографический список

1. Петрова Е.В. Роль культурно-познавательного туризма в социализации личности // Развитие регионального туризма : сб. материалов научной конференции. Сергиев Посад, 2007. С. 17–25.
2. Лысикова О.В. Социокультурные практики туризма: социологический анализ : монография. Саратов, 2008.
3. Петрова Е.В. Туризм как объект социологического анализа // Вестник Московского гос. областного ун-та. Серия : Философские науки. М., 2008. № 3. С. 104–110.
4. Юдина Т.Н. Социология миграции : учебное пособие для вузов. М., 2006. 272 с.
5. Петрова Е.В. Туризм как фактор международной социокультурной коммуникации // Социальная политика и социология. 2009. № 2. С. 365–373.

Д.А. Крючкова (Барнаул)

ВЛИЯНИЕ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ НА ФОРМИРОВАНИЕ СТЕРЕОТИПОВ В ОБЩЕСТВЕ

Научный руководитель — О.Н. Замятина

За последние десятилетия мы смогли наблюдать значительное усиление воздействия средств массовой информации на сознание масс. Сегодня средства массовой информации являются в значительной степени главными манипуляторами общественным мнением, которые навязывают обществу всевозможные стереотипы, предрассудки и клише, т.е. информационно-психологические расстройства [1]. Общественное мнение утратило значение «народной воли» из-за того, что между ним и народом появилось много «посредников» в виде средств массовой коммуникации, политических