

Секция «Миграционные процессы в современном обществе»

**Факторы успешной адаптации к новым социально-культурным условиям**

**Научный руководитель – Желнина Евгения Валерьевна**

***Музафарова Халима Юсуфовна***

*Студент (магистр)*

Тольяттинский государственный университет, Гуманитарно-педагогический институт,  
Кафедра «Социология», Тольятти, Россия  
*E-mail: alima.muzaфарова@mail.ru*

Проблема адаптации к новым социально-культурным условиям является в настоящее время одной из основных в общественных, исторических, гуманитарных, психологических науках. Успешная адаптация к условиям жизни в незнакомом месте способствует повышению мотивации приезжего к профессиональной, социальной и иной активности, сложившимся устоям. В связи с этим, необходимо понять, что интересует человека в новой социокультурной среде, и какие меры можно принять для усовершенствования условий проживания, обучения и работы, а также облегчения адаптационного процесса. Для этого мы решили провести авторское социологическое исследование, изучающее то, что интересно путешественникам в новых социально-культурных условиях. Наиболее значимые аспекты необходимо взять для оптимизации процесса адаптации приезжих.

На вопрос о том, какие сведения более всего интересны для путешествующих, ответы респондентов распределились по-разному. Более всего интересны во время туристических поездок исторические сведения, местные легенды и предания, культура и традиции местного населения, национальная кухня. Респонденты от 18 до 25 лет больше всего выбрали вариант «национальная кухня» (19 %). В свою очередь, респонденты другой возрастной группы больше всего выбрали вариант «местные легенды и предания» (18 %). В результате можно сделать вывод что молодежь больше всего интересуется национальной кухней, а для более взрослого населения любопытным является местные легенды и предания, а также исторические сведения.

На вопрос о том, что дают человеку путешествия, ответы респондентов распределились по-разному. Такие аспекты как опыт общения с новыми людьми выбрала пятая часть (21%) респондентов в возрасте от 26 до 45 лет. Другая возрастная категория от 18 до 25 лет больше всего выбрали вариант ответа «получение представлений о других культурах». Из перечисленного следует сделать вывод, что обе возрастные группы в плане культурного развития во время путешествия выбирают больше всего новые впечатления от произведений искусства и архитектуры, а также получение представлений о других культурах.

Большинство респондентов выделяют музеи и выставки, экскурсии, а также парки развлечений с аттракционами и кинотеатры. 16 % респондентов в возрасте от 26 до 45 лет и 14 % другой возрастной группы хотели бы увидеть во время отдыха архитектурные сооружения, 17 % респондентов в старшей возрастной группе хотели бы увидеть памятники археологии, в то время как всего 8 % респондентов в возрасте от 18 до 25 лет хотят посмотреть памятники архитектуры. Можно сделать вывод что респонденты в более старшей возрастной группе больше предпочтений отдают памятникам археологии, а молодежь больше всего предпочитают увидеть архитектурные сооружения.

На вопрос о развлечениях во время отдыха ответы респондентов распределились следующим образом. В обеих возрастных группах больше всего предпочтений отдали музеям и выставкам. Респонденты от 26 до 45 лет также много респондентов выбрали вариант «экскурсии» (23 %). Молодое поколение также отмечает посещение бассейнов и аквапарков (15 %). Можно сделать вывод что обе возрастные группы предпочитают активный отдых и стараются больше посещать музеи и выставки.

Необходимыми условиями для отдыха для себя респонденты от 26 до 45 лет выбрали высокий уровень обслуживания - 31 %. В другой возрастной группе от 18 до 25 лет основным и необходимым условием отдыха является организованное питание - 22 %. Также обе возрастные группы одинаково выбирали вариант ответа «экскурсионное обслуживание» - 18 %. Следует сделать вывод что респонденты больше всего склонны к таким необходимым условиям как обслуживание, питание и экскурсии, что является немаловажным во время отдыха.

Далее нами был рассмотрен вопрос о том, в каком составе обычно наши респонденты путешествуют. Существенных различий в ответах участников анкетирования выявлено не было. Около половины (49 %) респондентов чаще всего отдыхают семьей, треть (30 %) отдыхают в компании друзей, 18 % самостоятельно. Меньше всего в обеих возрастных группах выбрали вариант с группой по интересам 5 %. Можно сделать вывод что все респонденты чаще выбрали вариант отдых с семьей. Также вариант с друзьями тоже выбрали почти в одинаковых количествах в обеих возрастных группах.

Таким образом, нами были выявлены такие важные аспекты адаптации к новым социально-культурным условиям, которые необходимо учитывать при оптимизации процессов адаптации, как:

- ознакомление приезжих с историческими сведениями, местными легендами и преданиями, культурой и традициями местного населения;
- необходимо разнообразить социокультурную составляющую жизни приезжего - посещение музеев, выставок, общение по интересам и т. д.
- важно обеспечить приезжего поддержкой родными и близкими, поскольку семья по-прежнему является важной ценностью для современного человека.

Для всесторонней оценки процессов социализации и адаптации к новым условиям, требуется проводить исследование этих процессов различными методами социологии.