

экономики и общества, Москва, 2020 г. / под ред. Л. Н. Овчаровой, М. А. Морозовой, О. В. Синавской ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. — 40 с.

3. Распоряжение Правительства РФ от 05.02.2016 N 164-р «Об утверждении Стратегии действий в интересах граждан старшего поколения в Российской Федерации до 2025 года»

4. Федеральная служба государственной статистики «Росстат». [Электронный ресурс] URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 22.12.2023).

Юй Ян,

магистрант, СПбГУ,

Санкт-Петербургский государственный университет

Цзоу Яньчжоу,

магистрант, СПбГУ,

Санкт-Петербургский государственный университет

Научный руководитель: П. П. Дерюгин, д.с.н., профессор

Санкт-Петербургский государственный университет

Сравнительный анализ потребительских ценностей китайских студентов в цифровом обществе России и Китая (пилотажное исследование)

В современном мире, где глобализация и межкультурный обмен становятся неотъемлемой частью образовательных процессов, изучение потребительских ценностей китайских студентов в России и Китае в условиях цифрового общества представляет собой актуальное и значимое направление исследования. Различия в образовательных системах, культурных контекстах и воздействиях интернет-технологий на эти группы студентов открывают возможности для более глубокого понимания влияния этих факторов на их ценности и потребительское поведение [1].

Однако, несмотря на увеличивающийся поток студентов между Китаем и Россией, существует недостаточное количество исследований, посвященных анализу потребительских ценностей китайских студентов в обоих контекстах цифрового общества. Вопросы о том, как китайские студенты адаптируются к цифровой среде в различных странах, как формируются и изменяются их ценности под воздействием образовательных процессов и интернет-технологий, остаются малоизученными.

Пилотное исследование призвано раскрыть эти аспекты, проведя сравнительный анализ потребительских ценностей китайских студентов в России и Китае в условиях цифрового общества. Проблема исследования заключается в необходимости понимания, какие факторы влияют на формирование потребительских ценностей китайских студентов в разных образовательных средах и как эти аспекты взаимодействуют с культурными и образовательными различиями. Полученные данные помогут более глубоко понять процессы

адаптации студентов и разработать эффективные стратегии поддержки их образовательного опыта в разных странах.

Проблема исследования:

Центральное противоречие, которое становится основой данного исследования, заключается в анализе культурной адаптации китайских студентов в цифровом обществе России и Китая и сохранении ими своих уникальных потребительских ценностей под влиянием интернет-технологий.

С одной стороны, мы наблюдаем интеграцию студентов в новые цифровые практики и образовательные платформы в странах их обучения. С другой стороны, сохранение культурных и потребительских особенностей выражается в предпочтении использования китайских цифровых ресурсов, удержании традиционных образовательных методов и поддержании онлайн-присутствия в китайских социальных сетях.

Результат пилотажного исследования:

	рейтинг важности аспектах ценностей				
	социальные общения	экономика	образование	инновация	безопасности
китайские студенты в кнр	1	3	2	4	5
китайские студенты в рф	1	2	3	4	5

Рис.1 рейтинг важности аспектах потребительских ценностей

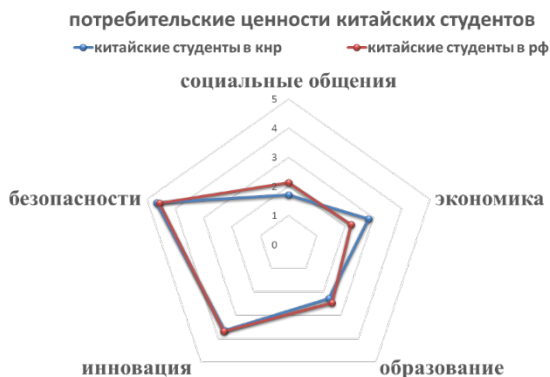


Рис.2 результат потребительских ценностей китайских студентов

1. В контексте образования, можно отметить, что китайские студенты обычно придают меньшее значение аспектам безопасности и инноваций, отдавая предпочтение социальным взаимодействиям.

2. Для китайских студентов социальное общение представляет собой первостепенный аспект их университетского опыта.

3. Существуют заметные различия между китайскими студентами, обучающимися в Китае и России, особенно в сферах экономики и образования. В Китае уделяется большее внимание образовательным вопросам, в то время как китайские студенты, обучающиеся в России, проявляют больший интерес к экономическим аспектам своего обучения.

4. В частности, китайские студенты в Китае предпочитают уделять пристальное внимание образовательным достижениям, считая их приоритетными в своей учебной карьере. В отличие от этого, китайские студенты, обучающиеся в России, часто уделяют больше внимания экономическим аспектам своего образования, учитывая особенности российской системы образования и ее влияние на будущую карьеру.

Результаты данного исследования могут пролить свет на то, как китайские студенты адаптируются к цифровой среде в разных странах, как эти аспекты взаимодействуют с культурными и образовательными различиями. Полученные данные не только расширят наше понимание процессов адаптации студентов, но и помогут разработать эффективные стратегии поддержки их образовательного опыта в различных образовательных средах [3]. В итоге это исследование вносит вклад в развитие методологии исследований по международному образованию, подчеркивая важность учета цифровых трансформаций и культурных контекстов в формировании образовательной среды для студентов из разных стран.

Список литературы:

1. Воскресенский Алексей Александрович, Султанов Константин Викторович, Сунягина Анна Германовна. ТРАНСФОРМАЦИЯ ЦЕННОСТЕЙ В СОВРЕМЕННОМ ЦИФРОВОМ ОБЩЕСТВЕ: КУЛЬТУРНЫЙ КАПИТАЛ ЛИЧНОСТИ В КОНТЕКСТЕ ИДЕИ ПОСТМАТЕРИАЛЬНОГО // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2021. №2 (59). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-tsennostey-v-sovremennom-tsifrovom-obschestve-kulturnyy-kapital-lichnosti-v-kontekste-idei-postmaterialnogo> (дата обращения: 19.12.2023).

2. Юлдашева О. У., Юдин О. И. Моделирование цепочки по созданию потребительской ценности // ПСЭ. 2012. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modelirovanie-tsepochni-po-sozdaniyu-potrebitelskoy-tsennosti> (дата обращения: 19.12.2023).

3. Юлдашева О.У., Шубаева В.Г., Орехов Д.Б. МЕТОДОЛОГИЯ ИЗМЕРЕНИЯ И ОЦЕНКИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЦЕННОСТИ: ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПОДХОДОВ // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2014. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologiya-izmereniya-i-otsenki-potrebitelskoy-tsennosti-differentsiatsiya-podhodov> (дата обращения: 19.12.2023).

4. Лю, Т. Социальные аспекты рынка в Китае: обзор основных теоретических концепций / Т. Лю // Мир, общество, экономика, человек: смена парадигм: материалы XVII Всероссийской научно-практической конференции, Липецк, 18 апреля 2023 года. – Воронеж: Автономная некоммерческая организация по оказанию издательских и полиграфических услуг "НАУКА-ЮНИ-ПРЕСС", 2023. – С. 402-408. – EDN CNYXNC.