

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ М.В. ЛОМОНОСОВА
ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ И РЕГИОНОВЕДЕНИЯ
ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ЭКЗАМЕНА ПО
«ЗАРУБЕЖНОМУ РЕГИОНОВЕДЕНИЮ»
В МАГИСТРАТУРУ НА 2016/2017 ГОД ПО НАПРАВЛЕНИЮ
«ЗАРУБЕЖНОЕ РЕГИОНОВЕДЕНИЕ»

Объем требований:

На вступительных испытаниях в магистратуру по направлению «Зарубежное регионоведение» по предмету «Регионоведение» поступающий должен:

- знать теоретические основы регионоведения;
- владеть навыками работы с различными группами источников;
- иметь представление об основных методах прикладных регионоведческих исследований.

Темы:

I. Возникновение дисциплины и терминология

Понятие «регионоведение». Откуда оно происходит. Возрастающая популярность регионоведения, повсеместное введение специальности.

Задачи регионоведения.

Место регионоведения в системе научных дисциплин.

Термин «регион» и его внутреннее содержание. Появление термина. Причины этого явления. Что вкладывается авторами в это понятие. Общее у современных авторов в содержании понятия «регион».

Регион как область, не совпадающая с административными границами. Регион как область, совпадающая с административными или государственными границами — для описания отличительных особенностей данной страны, не совпадающих с особенностями соседних стран.

Разброс в терминологии по названию специальности (регионоведение, регионология, региональные исследования, регионалистика).

II. Параметры региона

Географические факторы, влияющие на культурное своеобразие региона.

Политические факторы, влияющие на культурное своеобразие региона.

Религиозные факторы, влияющие на культурное своеобразие региона.

Этнические факторы, влияющие на культурное своеобразие региона.

Язык как важный фактор региональной идентичности.

III. Пути и методы ведения региональных исследований

Этно-исторический метод. Изучение народа до переселения в регион, и после переселения.

Регионально-исторический метод. Одинаковые и постоянные черты характера этносов заселяющих в разные времена изучаемый регион.

Сравнительно-исторический метод. Сопоставление доминант и констант различных регионов.

Метод изучения динамики региональных констант. Рассмотрение в хронологическом срезе динамики развития доминант региона с определением возможных причин характерных сдвигов.

Межрегиональные связи и их роль в распределении констант и доминант между регионами.

IV. Основные источники региональных исследований

Письменные источники. Летописи, документы, акты, указы, своды законов и т.д.

Региональные средства массовой информации как источник. Структура и специфика российских региональных СМИ. Понятие контент-анализа: сущность, содержание, цели и задачи.

Визуальные источники. Картины, фотографии, символы, логотипы, географические карты.

Устные источники. Региональный фольклор: былины, рассказы, предания, частушки, песни.

Аудио источники. Аудио записи песен, речей, выступлений и т.д.

V. Опрос как метод региональных исследований

Планирование.

Подготовка и проведение опросов.

Методика уличных опросов: содержание и границы применения.

Основные правила выборочного интервьюирования. Формулирование вопросов.

Метод экспертных оценок в прикладном регионоведении. Абсолютные и сравнительные оценки.

VI. Региональная специфика рекламы

Методы изучения и анализа рекламных сообщений.

Виды рекламы.

Текст, знак, изображение в рекламе.

Учет региональной и национальной ментальности в рекламе.

Литература:

1. Визгалов Д.В. Маркетинг городов. М., 2008.
2. Головановская М.К. Регион как связанная территория: синтаксические модели внутритерриториальных связей и социокультурный региональный профиль // Актуальные проблемы регионоведения. Сб. статей. Выпуск первый. М., 2012.
3. Елистратов В. С. Регионоведение: «ищите термин!» // Актуальные проблемы регионоведения. Сб. статей. Выпуск первый. М., 2004. лл. 5 – 14.
4. Калуцков В.Н. О гуманитарных ресурсах регионального развития в связи с гуманизацией географии // Гуманитарные ресурсы регионального развития (на примере естественно-природного и культурного наследия). Сб. статей / Ред. С.С. Артоболевский Ю.А., Веденин Л.М. М.: Эслан, 2009. С.98-107.
5. Котлер Ф., Асплунд К. Маркетинг мест. СПб, 2005.
6. Маринин О.В. «Пойди туда, не знаю куда...» Заметки историка о понимании термина «регион» как предмета исследования // Актуальные проблемы регионоведения. Сб. статей. Выпуск второй. М., 2007.
7. Павловская А.В. Методы региональных исследований. М. 2009.
8. Павловская А.В. Специальность «регионоведение» на факультете иностранных языков и регионоведения МГУ имени М.В. Ломоносова: итоги и перспективы // Актуальные проблемы регионоведения. Сб. статей. Выпуск второй. М., 2007.
9. Павловский И.В. Введение в регионоведение. М., 2012.
10. Павловский И.В. О региональных доминантах // Актуальные проблемы регионоведения. Сб. статей. Выпуск второй. М., 2007.
11. Павловский И.В. Регионоведение сегодня // Актуальные проблемы регионоведения. Сб. статей. Выпуск первый. М., 2004, л. 33.
12. Павловский И.В. Россия и Запад: проблемы взаимодействия культур. М., 2012.
13. Рудинская И. И. Историко-культурные достопримечательности как «места памяти» в России второй половины XIX – начала XX вв.: региональный масштаб. Социально-гуманитарные проблемы современности: человек, общество, и культура. Монография. Кн.4. Красноярск: Научно-инновационный центр, 2011. С. 16-42.
14. Рудинская И.И. Этнические стереотипы в российской провинции второй половины XIX – начала XX в. Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и

межкультурная коммуникация. Выпуск 1. М.: Издательство Московского университета, 2012. С. 24-35.