

RU

Лингводидактический потенциал аутентичных видеоресурсов в формировании профессиональной иноязычной аудитивной компетенции в области международного туризма

Джененко О. В.¹¹ Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва

Аннотация. Цель исследования – представить систему использования аутентичных видеоресурсов в формировании профессиональной иноязычной аудитивной компетенции в области международного туризма и в аспекте усиления мотивационного потенциала студентов в процессе изучения делового иностранного языка. В статье представлен опыт работы с видеокастами как аутентичными текстами в условиях иноязычной профессиональной среды. Дается аспектная характеристика использования видеокастов как образовательного средства информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), обоснована их роль в усилении мотивационного потенциала студентов в процессе изучения делового иностранного языка. **Научная новизна** заключается в обосновании методологической ценности видеоподкастов и разработке лингводидактической модели обучения иностранному языку для формирования профессиональной иноязычной аудитивной компетенции. **В результате** методологическая ценность подкастов и эффективность их использования в аудиторной и самостоятельной работе показаны на конкретном практическом материале, апробированном на занятиях профессионального иностранного языка по программе бакалавриата по профилю «Международный и национальный туризм».

Ключевые слова и фразы: видеокаст; аутентичный текст; аутентичная речь; информационно-коммуникационные технологии (ИКТ); образовательные средства ИКТ; иноязычная профессиональная среда; профессионально ориентированная лексика.

EN

Linguo-Didactic Potential of Authentic Video Resources while Forming Professional Foreign-Language Auditory Competence in the Sphere of International Tourism

Dzhenenko O. V.¹¹ Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow

Abstract. The paper introduces methodology of using authentic video resources to form professional foreign-language auditory competence in the sphere of international tourism and to raise students' motivation to learn business foreign language. The article describes experience of working with video casts as authentic texts under the conditions of professional foreign-language environment. The aspects of using video casts as an informational teaching aid are revealed, their role in raising students' motivation to learn business foreign language is substantiated. Scientific originality of the paper lies in the fact that the author justifies methodological value of video podcasts and introduces a linguo-didactic model of foreign language teaching focused on the formation of professional foreign-language auditory competence. The research findings are as follows: methodological value of video podcasts and their efficiency in and out of the classroom are shown by concrete practical material approved during professional foreign language classes for bachelor students of "International and National Tourism" training area.

Key words and phrases: video cast; authentic text; authentic speech; information and communication technologies (ICT); ICT teaching aids; professional foreign-language environment; professionally oriented vocabulary.

Введение

Переход от традиционных учебных пособий к электронным ресурсам объясняется стремительным обновлением языка как повседневного, так и в профессиональной сфере. Бумажный носитель не в силах выдержать

E-mail: ¹ dzhenolga@gmail.com

Научная статья (original article). Дата поступления рукописи (received): 20.12.2019; опубликовано онлайн (published online): 21.04.2020
УДК 372.881.111.1 | <https://doi.org/10.30853/pedagogy.2020.2.7>

© 2020 Авторы. ООО Издательство «Грамота» (© 2020 The Authors. GRAMOTA Publishers). Статья открытого доступа. Распространяется в соответствии с лицензией CC BY 4.0 (open access article under the CC BY 4.0 license): <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

конкуренцию из-за длительности его создания, так как в современной действительности язык развивается весьма интенсивно. За последнее десятилетие прочную позицию в обучении иностранному языку заняли образовательные средства ИКТ, решающие довольно внушительный ряд педагогических задач: от базовой подготовки в использовании электронных учебников и обучающих систем до виртуальных погружений в глубинные знания, используя различные аутентичные среды, соответствующие современной реальности иноязычного общества, и непосредственное участие в видеоконференциях, круглых столах, обсуждениях с носителями языка.

Вопрос о значимости использования аутентичных аудио- и видеотекстов в качестве информационных источников для аудирования, представляющих все особенности речи носителя языка, в частности английского, со всеми тонкостями и изъясными, ранее обсуждался в лингводидактике. Так, Н. В. Елухина акцентировала мотивационный потенциал аутентичного материала, способствующего познавательному интересу обучающихся к определенным условиям, где коммуниканты реализуют собственные коммуникативные интенции [1, с. 29-30]. Лингводидактическое и методическое обоснование использования ИКТ, в частности подкастов, в обучении иностранному языку в школе дано в работах П. В. Сысоева, М. Н. Евстигнеева [5; 6]. А. Г. Соломатина описала методику и приемы, направленные на развитие умений говорения и аудирования посредством учебных подкастов [3]. П. В. Сысоев рассматривает свойства и функции сервиса подкастов среди основных направлений и перспектив информатизации иноязычного образования в школе как факторы, необходимые в лингводидактическом моделировании и методике обучения языку посредством подкастов [4].

Актуальность нашего исследования обусловлена следующими обстоятельствами: 1) в отечественной лингводидактике и методике иноязычного образования в высшей школе изучение потенциала аутентичных аудио- и видеоклипов находится в начальной стадии; 2) особое значение в настоящее время приобретает разработка частных вопросов лингводидактики, что определило наш интерес к проблеме лингводидактического потенциала аутентичных видеоресурсов в создании иноязычной профессиональной среды. Актуальность исследования также определяется эффективным преимуществом аутентичных видеоресурсов для аудирования, что способствует личностному саморазвитию студентов, преодолению языкового барьера в перспективном межкультурном и межличностном общении, формированию и применению коммуникативных навыков в будущей профессиональной деятельности.

Научная новизна представляемой системы использования аутентичных видеоресурсов состоит в следующем:

- обоснована методологическая ценность видеоклипов в повышении навыков восприятия аутентичной речи в условиях англоязычной среды посредством знакомства с различными акцентами и диалектами, представленными в речи представителей многочисленных англоязычных регионов;
- предложена модель построения методической работы с видеоклипами, где выделены этапы восприятия и понимания иноязычного текста по стандарту классической модели и новый этап усвоения профессионально ориентированной лексики, исключая механический и часто непродуктивный процесс заучивания новых слов;
- построена лингводидактическая модель использования видеоресурсов в создании реальной англоязычной профессиональной ситуации и представлены результаты апробации авторского курса на занятиях профессионального иностранного языка по программе бакалавриата по профилю «Международный и национальный туризм».

Целевая направленность статьи определила постановку следующих **задач**:

- 1) обосновать методологическую ценность видеоклипов в повышении навыков восприятия аутентичной речи в условиях иноязычной среды;
- 2) выделить и проанализировать ключевые этапы модели построения методической работы с видеоклипами;
- 3) представить лингводидактическую модель реализации видеоклипов как аутентичных материалов в организации аудиторной и самостоятельной работы и результаты ее внедрения в практику на занятиях профессионального иностранного языка по программе бакалавриата по профилю «Международный и национальный туризм».

Основная часть

Эффективность образовательного процесса обусловлена рядом важных факторов, среди которых весьма значимы подбор информативно-содержательного материала и представление структуры курса. В дискурсе современных западных специалистов утвердился термин “pedagogical design” (педагогический дизайн) [8]. Развитие образовательных средств ИКТ, их активное внедрение в обучение актуализировали проблему методического сопровождения данного формата обучения [7] и детерминировали сосредоточенность на методах, принципах и подходах к содержанию и структуре e-learning.

Значимость аутентичных видеоресурсов в формировании профессиональной иноязычной аудитивной компетенции предопределяется следующими аспектами использования образовательных средств ИКТ:

1. **Мотивационный аспект**, определяющий интерес студентов к изучению языка актуальным материалом видеоклипов.
2. **Учебно-методический аспект**: применение видеоклипов при введении нового материала, для организации самостоятельной работы, для контроля знаний создает благоприятную среду для погружения в изучение языка на профессиональном уровне.

3. **Содержательный аспект:** использование подкастов в создании учебно-методических комплексов и тренажеров для самостоятельной работы.

4. **Организационный аспект:** использование в группе и индивидуально.

5. **Контрольно-оценочный аспект:** внедрение тестов (on-line и off-line) дает быстрый результат оценки, проведение анализа и работы над ошибками.

При формировании профессиональной иноязычной аудитивной компетенции понимание лексической единицы языка базируется на говорении, а использование видеокастов в качестве аудирования в значительной степени повышает коммуникативные навыки, в особенности навыки восприятия аутентичной речи. Видеокасты привлекательны тем, что обучающиеся не просто воспринимают иностранную речь на слух, но и наблюдают за происходящей картиной: место действия, эмоции, интонации и жесты – все это создает полноценный визуальный ряд, способствующий лучшему восприятию и пониманию аутентичного текста в условиях иноязычной среды. Методологическая ценность подкастов, в частности видеокастов, заключается в знакомстве с различными акцентами, существующими во всех иностранных языках, в частности в английском языке, где, помимо классического British English accent и American English accent, встречается большое количество диалектов, представленных в речи представителей многочисленных англоязычных регионов.

Опираясь на классическую модель построения методической работы с видеоресурсами, мы можем выделить этапы восприятия и понимания иноязычного текста. В работе с видеокастами следует выделить этап усвоения профессионально ориентированной лексики, обойдя неприглядный для большинства студентов и часто непродуктивный процесс заучивания слов.

Подготовительный этап включает в себя психологическую составляющую, необходимую для активизации восприятия студентами аутентичной речи. Снятие возможных языковых и лексических трудностей при восприятии профессиональной речи носителей языка дает обучающимся возможность избежать негативных эмоций и снижения мотивации, а также помогает активизировать лексический вокабуляр. На данном этапе эффективно работают упражнения на повторение лексики в рамках изучаемой темы, а также упражнения на введение новой лексики. Актуализация тематической и необходимой базовой лексики интенсифицирует восприятие и усвоение новых слов, соответствующих изучаемой теме.

Рекомендуется выстраивать упражнения в виде беседы, что позволит при необходимости делать своевременную корректировку во избежание последующих ошибок на лексическом и, что немаловажно, грамматическом уровнях. Студентам предлагается ответить на вопросы преподавателя по теме, которая затрагивается в видеоматериале, с опорой на название. Это активизирует рассуждение студентов на уже знакомую им тему и дальнейшее самостоятельное обсуждение проблематики в группах / в парах без участия преподавателя, но при его поддержке и корректировке.

Оптимальным для восприятия аутентичной речи может быть видеотекст длительностью не более 2 или 3 минут во избежание перегрузки кратковременной памяти, также выбор длительности видеокаста зависит от уровня группы. Прослушивание текста может варьироваться от 2 до 3 раз, что определяется уровнем подготовки студентов разных групп. Видео можно просматривать фрагментами, если уровень группы невысокий либо видеоматериал включает в себя сложное обсуждение проблематики, что соответствует критериям владения языком на профессиональном уровне на старших курсах. Думается, на данном этапе можно активно использовать предложенный И. Л. Колесниковой и О. А. Долгиной прием «Застывший кадр», что позволяет нажатием кнопки «Пауза» еще раз просмотреть и прослушать иноязычную речь и ответить на поставленные преподавателем вопросы [2, с. 101-106].

Следующей стадией работы с видеокастами является демонстрационный этап, направленный на извлечение необходимой информации и дальнейшую работу с ней. На данном этапе отрабатываются такие навыки студентов, как понимание содержания аутентичного текста, вырабатываются умения ориентироваться в аутентичном тексте и находить в нем необходимую информацию. Задания, предлагаемые на демонстрационном этапе, могут быть различными, исходя из тематики видеотекста, его наполненности необходимой профессиональной лексикой и других критериев.

Представим лингводидактическую модель реализации видеоподкастов 'How to Set Price Strategies in Tourism' [10] и 'Hospitality Jobs – General Manager' [9] из ресурса Youtube на практическом материале, который был разработан с учетом специфических трудностей, возникающих в процессе формирования профессиональной иноязычной аудитивной компетенции в области международного туризма, и прошел успешную апробацию на занятиях по дисциплине «Профессиональный иностранный язык» по программе бакалавриата по профилю «Международный и национальный туризм» на 4-м и 2-м курсах Финансового университета при Правительстве РФ.

Видеокаст 'How to Set Price Strategies in Tourism' является дополнительным материалом в рамках темы 'Sales and Marketing' для студентов 4-го курса и рекомендуется к демонстрации после введения нового лексического минимума по теме 'Sales and Marketing'. Данное видео – это монолог (solo commentary), где освещается проблема управления ценообразованием в туристической индустрии для ускорения туристического маркетинга и создания успешного бренда. Видеокаст представляет маркетолог и тьютор Дорен Уортон, более 20 лет занимающаяся маркетингом для малых, средних и крупных компаний и являющаяся совладельцем туристического маркетингового агентства 'Travel Life Media'. На подготовительном этапе студентам предлагается ответить на вопросы, которые помогают им активизировать имеющиеся знания по теме 'Marketing', а также использовать новые слова и выражения для стимулирования долгосрочной памяти: 1. *According to the title, what is the main*

topic of the video? 2. What strategies for price setting can you list? Следующее задание: *Think about your own ideas how to price a product or service effectively to increase sales and get profit with little or no effort* – побуждает студентов к высказыванию своих собственных мыслей и обсуждению с одноклассниками.

Аудирование как вид речевой деятельности предполагает поэтапное формирование у студентов рецептивных навыков и умений. Использование видеокастов в процессе изучения делового иностранного языка в языковых вузах направлено на развитие у обучающихся следующих навыков: 1) понимание содержания прослушиваемого текста; 2) определение главной темы; 3) выборочное извлечение из основного речевого потока необходимой информации; 4) последовательная передача основной мысли, фактов, действий, событий; 5) выстраивание логико-смысловой структуры высказывания. Преодоление трудностей на этапе восприятия аутентичной иностранной речи и формирование таких учебно-познавательных умений, как развитие оперативной памяти, поиск новых лексических единиц, анализ текста, а также перевод этих умений в навыки, являются важнейшим аспектом использования видеокастов на занятиях по иностранному языку.

Для видео 'How to Set Price Strategies in Tourism' нами предлагаются классические задания, направленные на немедленное вовлечение в текст и глубокий анализ полученной информации: **Answer the questions**, либо **Mark the statements as True / False / Not Mentioned**. Упражнения типа «вопрос – ответ» и выбор правдивого или неправдивого утверждения можно чередовать, так как оба типа задания подразумевают развернутые ответы.

Для задания **Answer the questions** одним из вопросов к данному видеокасту был следующий: *What are three steps of setting price?* Ответ на вопрос подразумевает немногословное перечисление конкретных шагов без лишней информации: 1. *To write down strategy*; 2. *To look at all the factors*; 3. *The communication part*. Таким образом формируется умение краткой передачи основной информации в виде лаконичных тезисов.

Примером для задания **Mark the statements as True / False / Not Mentioned** служит следующее высказывание: *Value is a set of a perception and a calculation*. Согласно видео студентам необходимо выбрать ответ *False* и дать правильный ответ, представленный в видеоматериале: *Value is a perception, it's not a calculation. How you get your guests to see value in your offering beyond price is to be built with a strong brand over time*.

Put the information in logical order. Данный вид работы предлагается сначала выполнить студентам самостоятельно, а затем, обменявшись работами, сравнить свои результаты с результатами других студентов и обсудить при возникновении несоответствий выбор того или иного варианта, после чего пересмотреть видео еще раз с целью самопроверки. Эффективность такого вида задания состоит в развитии логики: даже если студенты пропустили какую-либо информацию во время просмотра видео, они могут восстановить цепочку событий, используя логические слова-подсказки, например:

Example:	Answer:
1. <i>Let's face it, we all have our own views and perspectives about what we think about money.</i>	1. <i>One way to accelerate your tourism marketing and create a successful brand, is don't let pricing boss you around in your tourism business.</i>
2. <i>Pricing your tourism product or service involves pricing objectively instead of emotionally.</i>	2. Pricing your tourism product or service involves pricing objectively instead of emotionally.
3. <i>One way to accelerate your tourism marketing and create a successful brand, is don't let pricing boss you around in your tourism business.</i>	3. <i>Let's face it, we all have our own views and perspectives about what we think about money.</i>
4. <i>Sometimes we price products too low or too high for emotional reasons.</i>	4. And these views affect what we charge for (synonym for 'to price') our products and services.
5. <i>And these views affect what we charge for our products and services.</i>	5. <i>Sometimes we price products too low or too high for emotional reasons.</i>

Match English and Russian equivalents. Одно из самых эффективных упражнений в сочетании с упражнением на восстановление пропущенной информации / **Complete the gaps**. Предлагаемое нами видео насыщено профессиональной живой лексикой: *to accelerate* – активизировать, *to boss around* – распоряжаться, *perspectives* – виды на будущее, перспективы, *to charge for* – назначать цену, *competitor* – конкурент, *best deal* – лучшее предложение, *value* – ценность, *customer service* – обслуживание клиентов, *review* – отзыв, *to emerge* – формироваться, *commissions* – комиссионные, вознаграждение, *target market* – целевая аудитория, *to gauge* – оценивать, *discounting* – скидка, *daunting price* – высокая цена.

Любой аудио- или видеоматериал подбирается под определенную тематику и наполнен лексическими единицами, необходимыми для свободного общения на профессиональном уровне. Чем чаще определенный лексический набор встречается в различных вариациях, таких как статья, подкаст, видеокаст и тому подобное, тем выше процент его усвоения.

Видео 'Hospitality Jobs – General Manager' представлено каналом BBC Northern Ireland и демонстрирует монолог главного менеджера одного из ресторанов в Белфасте, Великобритания. Данный видеокаст был выбран в качестве дополнительного материала для студентов 2-го курса к одной из тем 'Types of Hospitality Jobs', так как идеально сочетает ценный аутентичный текст, наполненный живой профессиональной лексикой, и раскрывает специфику одной из профессий гостиничной индустрии – менеджер ресторана.

На подготовительном этапе студентам предлагается по очереди заполнить таблицу, где в одной колонке нужно записать профессии, относящиеся к Hospitality Industry, а во второй – обязанности каждой из профессий. Например:

<i>Hospitality Industry</i>	<i>Responsibilities</i>
1. <i>Hotel manager</i>	1) <i>interacting with guests</i> 2) <i>managing staff</i> 3) <i>handling the finances of the property</i>
2. <i>Front desk supervisor</i>	1) <i>checking in and checking out guests</i> 2) <i>taking reservations</i> 3) <i>interacting with guests</i>
3. <i>Housekeeper</i>	1) <i>maintaining a standard of cleanliness throughout a hotel or other hospitality venue</i>

Данное задание, направленное на активизацию учебно-познавательной деятельности студентов, стимулирует эффективность мыслительного процесса, поэтому его следует выполнять наглядно для сравнения и анализа, что позволит сделать коллективный вывод, в чем различие и сходство.

На демонстрационном этапе также были выбраны задания типа **Complete the gaps**. Этот вид упражнения относится к 'Old School', но является отличным способом пополнить словарный запас, позволяет студентам познакомиться со словарем в различных контекстах и направлен на стимулирование аудитивных навыков и навыков письменной речи. В качестве примера нами предложены следующие предложения с пропущенной информацией:

I am responsible for _____, I plan, coordinate and manage my team and I schedule in meetings to plan future events.

So part of my role, is to be _____ and the helping hand to come up with positive solutions, for both the employee and the customer.

So the most challenging part of my job would probably be planning _____ that is bringing in maybe 1200-1300 people in through to the big hall.

Пропущенными словами являются *the day-to-day running; the listening ear; large-scale events*. Студенты обогащают свой словарный запас лексикой, используемой в определенной узконаправленной сфере, и данные выражения предлагаются студентам для работы в следующем задании: **Explain in your own words what is meant by: the day-to-day running; the listening ear and helping hand; large-scale events**. Эффективность задания – в развитии мышления студентов, повышении их интеллектуальной деятельности и формировании коммуникативных умений. После записи объяснений студенты озвучивают их, не называя при этом само слово или выражение. При успешной передаче информации они без труда соотнесут лексическую единицу с дефиницией. При возникновении трудностей преподаватель может сразу же помочь студентам изложить мысли, использовать правильно подобранную лексику и грамматические конструкции, а также рекомендовать для закрепления похожие слова и выражения, применяя модели, предложенные ранее.

Последемонстрационный этап может содержать такие виды заданий, как *summary, problems discussion, analysis, giving feedback*. Одной из основных задач последемонстрационного этапа является закрепление полученной информации с использованием новых лексических единиц.

В качестве самостоятельной/домашней работы студентам предлагается работа с видеоматериалами с целью развития познавательной деятельности. Для повышения мотивации и сплочения студентов организуется работа в группах, что также помогает повышению знаний студентов с более низким уровнем. В связи с этим именно преподавателю рекомендуется распределять студентов по группам, чтобы контролировать максимально возможный единый уровень всех групп. Такой тип работы проводится в два этапа.

1. Подготовка глоссария по изучаемой теме, а также презентация видео: студенты кратко передают его содержание, какие вопросы затрагиваются в нем и какие решения предлагаются. Остальные студенты готовятся по окончании презентации задать выступающим вопросы и совместно обсудить их.

После представления видео и презентации переходим ко второму этапу.

2. Подготовка заданий на основе глоссария и презентаций. Все подгруппы обмениваются глоссариями и презентациями для изучения новой лексики. Каждая подгруппа готовит задания для закрепления на основе своего глоссария. Предлагается не более двух или трех заданий. Это могут быть такие упражнения, как *matching, fill in the gaps* или *mark the statements as true, false or not mentioned*. Данный вид домашней/самостоятельной работы помогает эффективно проработать изучаемый материал, а также легче его усвоить.

Таким образом, внедрение результатов исследования на основном (2-й курс) и завершающем (4-й курс) этапах обучения студентов по дисциплине «Профессиональный иностранный язык» по программе бакалавриата по профилю «Международный и национальный туризм» показало эффективность использования англоязычных видеоклипов в формировании профессиональной иноязычной аудитивной компетенции в области международного туризма. Реализация аутентичных видеоресурсов как образовательного средства ИКТ стимулировала мотивационный потенциал студентов в процессе изучения делового иностранного языка на аудиторных занятиях и самостоятельно.

Заключение

Методологическая ценность видеоклипов определяется интенсивностью профессиональной живой лексики, созданием полноценного визуального ряда, знакомством с различными акцентами и диалектами, представленными в речи представителей многочисленных англоязычных регионов. Все эти факторы способствуют повышению навыков восприятия аутентичной речи в условиях англоязычной среды.

Модель построения методической работы с видеокастами на всех ключевых этапах требует структурирования. В частности, языковые и лексические трудности при восприятии профессиональной речи носителей английского языка определяют разработку в дальнейших исследованиях такого структурного компонента, как актуализация тематической и необходимой базовой лексики в связи с профессиональной проблематикой.

В лингводидактической модели реализации видеоподкастов важен этап усвоения профессионально ориентированной лексики, где аутентичный видеоматериал не только соответствует тематике, но и наполнен лексическими единицами, необходимыми для свободного общения на профессиональном уровне. Интенсивность усвоения определенного лексического набора задается частотностью его представления в различных вариациях, а не обычным заучиванием слов. Использование на подготовительном этапе новых слов и выражений для стимулирования долгосрочной памяти предшествует демонстрационному этапу работы с видеокастами, направленному на извлечение необходимой информации и дальнейшую работу с ней, что способствует формированию навыков понимания содержания аутентичного профессионального текста, умения ориентироваться в аутентичном тексте и находить в нем необходимую информацию.

Успешная апробация представленной модели реализации видеоподкастов в практике аудиторной и самостоятельной работы по дисциплине «Профессиональный иностранный язык» по программе бакалавриата по профилю «Международный и национальный туризм» определила перспективы научно-методического обоснования лингводидактического моделирования занятий по обучению иностранному языку в профессиональной сфере с использованием аутентичных видеоматериалов.

Список источников

1. Елухина Н. В. Обучение аудированию в русле коммуникативно-ориентированной методики // Иностранные языки в школе. 1989. № 2. С. 28-36.
2. Колесникова И. Л., Долгина О. А. Англо-русский терминологический справочник по методике преподавания иностранных языков. СПб.: Русско-Балтийский информационный центр «БЛИЦ»; Cambridge University Press, 2001. 432 с.
3. Соломатина А. Г. Развитие умений говорения и аудирования посредством учебных подкастов // Иностранные языки в школе. 2012. № 9. С. 71-74.
4. Сысоев П. В. Направления и перспективы информатизации языкового образования // Высшее образование в России. 2013. № 10. С. 90-97.
5. Сысоев П. В., Евстигнеев М. Н. Методика обучения иностранному языку с использованием новых информационно-коммуникационных интернет-технологий. М. – Ростов-на-Дону: Глосса-Пресс; Феникс, 2010. 189 с.
6. Сысоев П. В., Евстигнеев М. Н. Технологии Веб 2.0: социальный сервис подкастов в обучении иностранному языку // Иностранные языки в школе. 2009. № 6. С. 8-11.
7. Abrami P. C., Bernard R. M., Wade A., Schmid R. F., Borokhovski E., Tamim R., et al. A Review of e-Learning in Canada: A Rough Sketch of the Evidence, Gaps and Promising Directions // Canadian Journal of Learning and Technology. 2006. Vol. 32. № 3. P. 446-464.
8. Cowan J. On becoming an innovative university teacher. Philadelphia: Open University Press, 2006. 53 p.
9. <https://www.youtube.com/watch?v=imJVBjcjWXM> (дата обращения: 07.12.2019).
10. <https://youtu.be/RqTVOAlnz0o> (дата обращения: 07.12.2019).