

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
Высшего профессионального образования
«Российский государственный профессионально-педагогический
университет»

Факультет иностранных языков
Кафедра германской филологии (ГФ)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АУТЕНТИЧНЫХ ВИДЕОМАТЕРИАЛОВ В ЦЕЛЯХ
РАЗВИТИЯ ЯЗЫКОВЫХ УМЕНИЙ В ОБЛАСТИ АНЛИЙСКОГО ЯЗЫКА
СТУДЕНТАМИ ЯЗЫКОВЫХ ВУЗОВ (НА ПРИМЕРЕ МАТЕРИАЛОВ
ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСА YOUTUBE)

Выпускная квалификационная работа
по направлению 44.03.01. Педагогическое образование,
профилю «Образование в области «Иностранный язык (английский)»

Идентификационный код ВКР:

Екатеринбург
2018

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное высшее образовательное учреждение
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»
Институт психолого-педагогического образования
Кафедра германской филологии (ГФ)

К ЗАЩИТЕ ДОПУСКАЮ
Заведующая кафедрой ГФ
_____ Б.А. Ускова
«___» _____ 2018 г.

Использование аутентичных видеоматериалов в целях развития языковых умений в области английского языка студентами языковых вузов (на примере материалов Интернет-ресурса YouTube)

Выпускная квалификационная работа
по направлению 44.03.01. Педагогическое образование,
профилю «Образование в области иностранного языка (английского)»

Идентификационный код ВКР:

Исполнитель:

Студент группы ИА-404

(подпись)

Федосеева М.О.

Руководитель:

Доцент кафедры германской филологии
канд.филол.наук, доцент

(подпись)

Ускова Б.А.

Нормоконтролер:

Доцент кафедры германской филологии,
канд.пед.наук, доцент

(подпись)

Фоминых М. В.

Екатеринбург
2018 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. АУТЕНТИЧНЫЕ ВИДЕОМАТЕРИАЛЫ В МЕТОДИКЕ ПРЕПОДАВАНИЯ	8
1.1. Понятие аутентичного видеоматериала.....	8
1.2. Преимущества использования аутентичных видеоматериалов	11
1.3. Классификация видеоматериалов.....	14
1.4. Использование аутентичных видеоматериалов для развития языковых умений	18
Выводы по первой главе.....	22
ГЛАВА 2. МЕТОДИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АУТЕНТИЧНЫХ ВИДЕОМАТЕРИАЛОВ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ (НА ПРИМЕРЕ МАТЕРИАЛОВ ВИДЕОХОСТИНГА YOUTUBE)	24
2.1 Особенности Интернет-ресурса YouTube	24
2.2 Videоблог как аутентичный видеоматериал.....	25
2.3 Этапы работы с аутентичным видеоматериалом на уроках английского языка	26
2.4 Методические разработки с использованием аутентичных видеоматериалов в курсе дисциплины «Лингвострановедение и страноведение»	28
Выводы по второй главе	64
Заключение	66
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	68
ПРИЛОЖЕНИЕ	74

ВВЕДЕНИЕ

Как известно, через язык можно выразить любую мысль, используя разные языковые средства. Обучение иностранному языку является важнейшим компонентом программы обучения в школах и вузах. При обучении английскому языку используются разные методы и средства. Одним из самых распространенных средств можно назвать использование видеоматериалов.

С распространением коммуникативного подхода понятие «аутентичность» вошло в методику обучения иностранному языку с целью максимального приближения процесса обучения к естественному общению. Педагогика прошла долгий и извилистый путь в исследовании способов и методов эффективного обучения иностранным языкам, основываясь на достижениях технического прогресса, логики, семиотики и психологии.

Видео позволяет обучать иноязычному общению с учетом различных социолингвистических факторов, представленных с помощью визуальной информации и во многом определяющих характер речевых высказываний коммуникантов, а именно: их социального статуса, характера взаимоотношений, пространственно-временных условий общения и др.

Именно поэтому новой вехой в истории преподавания стало использование аутентичных аудиовизуальных форм обучения, сочетающих в себе зрительный и слуховой перцептивные компоненты.

Актуальность выбора темы определяется изменениями приоритетов в обучении, которые предполагают большее использование аудиовизуальных методов обучения. Несмотря на то, что до сих пор нельзя гарантировать отсутствие проблем, связанных с их использованием (таких как отсутствие требуемой технической оснащённости, неумение многих преподавателей работать с современной аппаратурой), привлекательность работы с аутентичными видеоматериалами очевидна. Они погружают обучающихся в естественную языковую среду, способствуют интенсификации обучения,

стимулируют речемыслительную, познавательную, творческую деятельность студентов, позволяют индивидуализировать обучение. В курсе дисциплины «Лингвострановедение и страноведение» актуальность использования аутентичных видеоматериалов состоит в компенсации недостаточного понимания текстов лингвострановедческого характера, а также недостатком аудиовизуальной части обучения в рамках этой дисциплины. Из вышеизложенного возникает необходимость развития языковых умений у студентов языковых вузов, которая возникает на фоне недостаточного представления работ с аутентичными видеоматериалами в курсе дисциплины «Лингвострановедение и страноведение».

В связи с этим возникает проблема как использовать аутентичные видеоматериалы в курсе дисциплины «Лингвострановедение и страноведение» в языковом вузе. В рамках данной проблемы была определена тема исследования: «Использование аутентичных видеоматериалов в целях развития языковых умений в области английского языка студентами языковых вузов (на примере материалов Интернет-ресурса YouTube)».

Объектом является процесс обучения иностранному языку в языковом вузе.

В качестве предмета выделяется использование аутентичных видеоматериалов, предоставляемых на видеоплатформе YouTube в целях развития языковых навыков студентов.

Гипотеза: если организовать работу с использованием аутентичных видеоматериалов, то это поспособствует развитию языковых умений обучающихся.

В этой связи цель исследования состояла в выявлении возможностей и определении путей использования аутентичных видеоматериалов страноведческого характера в целях развития языковых навыков студентов.

Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи:

1. Изучить понятие «аутентичность» и связанные с ним понятия «аутентичные тексты» и «аутентичные видеоматериалы с точки зрения психологии и методики обучения иностранному языку»;
2. Предоставить теоретический материал о преимуществах использования аутентичных видеоматериалов и их влияния на развитие языковых умений;
3. Предоставить теоретический материал о возможных классификациях видеоматериалов;
4. Изучить жанр видеоблога, как основного жанра аутентичных видео, предоставляемых на видеохостинге YouTube;
5. Описать преимущества работы с видеоблогом и указать его особенности;
6. Разработать и предоставить методические материалы с использованием аутентичных видеоматериалов в жанре видеоблога.

Методы исследования:

Общенаучный: теоретический анализ литературы по педагогике, психологии и методике преподавания иностранных языков;

Практическая значимость работы состоит в разработке методических материалов с использованием аутентичных видеоматериалов в целях развития языковых умений студентов.

Новизна работы заключается в разработке методических материалов с использованием видеоблогов в курсе дисциплины «Лингвострановедение и страноведение».

Методологической основой исследования послужили труды зарубежных учёных, таких как R. Carter, D. Nunan, E. Jacobson и др., а также труды отечественных авторов А.А. Миролубова, Е.И. Пасова, И.Б. Смирнова, А.Н. Щукина и др.

Структура данной работы включает в себя: введение, в котором рассмотрены такие пункты как актуальность, цели, задачи, гипотеза, объект, предмет и проблема данной работы. В первой главе раскрывается сущность

понятия аутентичность, аутентичные видео, у последних рассматриваются виды и классификации, роль и место аутентичных видеоматериалов в языковой подготовке студентов, их влияние на развитие языковых умений. Вторая глава посвящена общим методическим аспектам работы с аутентичными видеоматериалами и в том числе в целях развития языковых умений у студентов, изучению видеоблога как основного жанра аутентичного видеоматериала, на котором далее базируются методические разработки.

Результаты исследования внедрены в учебный процесс ФГАОУ ВПО РГППУ по направлению подготовки 44.03.01 Педагогическое образование, квалификация «бакалавр».

ГЛАВА 1. АУТЕНТИЧНЫЕ ВИДЕОМАТЕРИАЛЫ В МЕТОДИКЕ ПРЕПОДАВАНИЯ

1.1. Понятие аутентичного видеоматериала

На современном этапе развития общества изучение иностранного языка представляет собой особую важность. Одним из самых эффективных и творческих средств обучения иностранному языку является использование видеоматериалов.

Видеоматериал мы рассматриваем, как записанную на электронный носитель информации (или воспроизведенную через интернет) любую видеопродукцию, сочетающую зрительный и звуковой ряды, характеризующуюся ситуативной адекватностью языковых средств, естественностью лексического наполнения и грамматических форм.

Современные подходы к обучению утверждают, что человек активно и охотно готов сам получать информацию, взаимодействуя со своим окружением. Это намного интереснее, чем ожидание того момента, когда информация будет передана ему напрямую.

В современных учебных средах студенты должны взаимодействовать с подлинными действиями и материалами, отражающими реальную жизнь. Поскольку аутентичные материалы включают в себя проблемы и сложность, присутствующие в реальной жизни, они предоставляют студентам реальный жизненный опыт.

Кроме того, учащиеся сотрудничают и общаются с друзьями, родителями или более продвинутыми людьми, такими как учителя, в школьных и внеклассных условиях. Следовательно, они продолжают учиться как в школе, так и за ее пределами.

В зарубежной литературе для аутентичных материалов существует понятие «настоящие тексты», под ними понимаются материалы, которые создаются для носителей языка [36, p. 118].

Аутентичные материалы, если они правильно используются в обучении, могут улучшить знания иностранного языка, несмотря на то, что

они не предназначены специально для обучения иностранному языку [30, р. 330].

Обращаясь к трактовке понятия аутентичного материала, мы можем увидеть разные подходы. Зарубежные учёные широко рассмотрели данное явление.

К примеру, в подходе Рона Оливера и Дженис Херрингтон, выделялся новый термин «аутентичное обучение», этот термин непосредственно связан с реальной жизнью студентов, и направлен на подготовку к тому, чтобы лицом к лицу сталкиваться с реальными ситуациями в мире [37, р. 30].

Другой подход предложили Дэвид Нанен и Рональд Картер, определив аутентичные материалы, назвав их обычными текстами, не подготовленными специально для целей обучения языку [31, р. 178].

Поддерживая его позицию, Роберт Джордан дал похожее определение аутентичного текста, как текста, не разработанного специально в педагогических целях [39, р. 11].

Эрик Джекобсон предложил называть аутентичными материалами те материалы, которые используются в классах так же, как они могли бы быть использованы в реальной жизни [40, р. 99].

Ферит Киликья считает, что аутентичный материал, это тот, язык которого коррелирует с реальным языком и его использованием в собственном сообществе. Он также добавил, что английский язык, представленный в классе, должен быть подлинным, а не искусственно воспроизведенным для учебных целей. Как правило, это предполагает использование материалов, которые включают в себя язык, естественно встречающийся в общении, в использовании носителей языка [41, р. 115].

Согласно определению, предложенному Джерри Гебхард, аутентичные материалы включают все, что используется для общения. Они могут быть представлены в виде газет, журналов, телевизионных или радиопрограмм, фильмов, песен, рекламы [35, р. 10].

В отечественной литературе встречается следующее суждение: «Аутентичный материал не предназначен для учебных целей и не адаптирован для нужд учащихся с учетом их уровня владения языком. Он отражает национальные особенности и традиции построения и функционирования текста» [1, с. 34].

«Аутентичный» часто употребляется как синоним к словам «документальный», «реальный» и «настоящий». Это понятие является противоположным понятиям «произведенный», «сфабрикованный», «ненастоящий» [12, с. 7].

«Аутентичные тексты — это собственно оригинальные тексты, которые написаны носителем языка для носителей языка... Это та категория, которую принято трактовать как семиотическое пространство, представляющее собой многоуровневое целостное образование, как результат отражения некоторого фрагмента действительности с помощью определенной знаковой системы...» — утверждает Н. В. Барышников [2, с. 157].

Большая часть материалов, применяемых в процессе обучения иностранному языку, должна быть аутентичной [19, с. 83]. Поэтому очевидно, что полностью отказаться от работы с неаутентичными материалами на занятиях по иностранному языку невозможно [24, с. 149].

Все авторы выделяют аутентичные материалы и, конкретно, тексты, в особый пласт материала, не разработанный для педагогических целей и отражающий актуальные нормы и положения языка, его современную степень развития.

В данной работе, под аутентичным видеоматериалом мы понимаем видеозаписи (сочетающие зрительный и звуковой ряд), предназначенные для носителей языка, которые содержат лингвистическую и экстралингвистическую информацию сфер жизни общества, связанных с любой деятельностью людей, и показывают функционирование языка как средства коммуникации в естественном окружении.

Говоря об употреблении видеоматериалов в обучении, следует отметить, что аутентичные видеоматериалы вызывают у обучающихся интерес вследствие своего стилистического жанрового образования. При этом никакие другие материалы не могут дать такого полного представления о социокультурной реальности страны изучаемого языка и продемонстрировать сочетание вербального и невербального кодов иноязычного общения. Аутентичные материалы помогают расширить кругозор любых учеников, обучающихся в школах, языковых и неязыковых вузах.

1.2. Преимущества использования аутентичных видеоматериалов

На сегодняшний день видеоматериалы не считаются новой технологией в процессе изучения английского языка в высших учебных заведениях.

Потенциал обучения с помощью аутентичных видеоматериалов при коммуникативном подходе к преподаванию языка очевиден. Из всех доступных средств аутентичные видеоматериалы обеспечивает наиболее точное отображение речи в, поскольку речь говорящего тесно связана с определенной языковой ситуацией, а ее коммуникативный элемент дополняется целым рядом визуальных закодированных неязыковых характеристик (поза, мимика, жесты) [26, с. 92].

Учителю всегда следует использовать как нестандартные формы работы, так и включать в процесс обучения новые приемы и методы обучения иностранным языкам. Не мало важно обращаться к новым техническим средствам обучения. Всё это необходимо для того, чтобы сформировать стойкую положительную мотивацию учащихся в отношении иностранного языка и для того, чтобы добиться наиболее оптимального уровня усвоения учебного материала [4, с. 44].

Считается, что использование видеоматериалов в классе может повысить мотивацию студентов к обучению, поскольку это может столкнуть

их с широким спектром ситуаций, которые могут помочь им понять подобные ситуации в реальной жизни и научиться в них действовать [44, р. 63].

Есть несколько преимуществ использования аутентичных видеоматериалов для изучения языка и преподавания. Во-первых, они могут предоставить видео-примеры для учащихся о том, как общаться в реальных жизненных ситуациях, показывая им обычных людей и проблемы, с которыми обучающиеся могут столкнуться в повседневной беседе [43, р. 309].

Во-вторых, аутентичные видеоматериалы могут помочь учащемуся сосредоточиться на языковых навыках, которые ему действительно нужны, и игнорировать навыки, которые ему могут не понадобиться для работы или учебы.

Кроме того, аутентичные материалы могут укрепить стратегии обучения, которые затем могут быть использованы в различных ситуациях. Те учащиеся, которые обучаются самостоятельно, как правило, обладают знаниями о том, какие стратегии изучения языка они могут наилучшим образом использовать [48, р. 56].

Визуальная составляющая видеоматериалов может облегчить осмысление и понимание для изучающих язык в идеальном визуальном контексте, что делает такие материалы эффективными языковыми средствами. Также утверждается, что видеоролики предлагают различные методы и ресурсы для обучения иностранному языку, помощь студентам в совершенствовании их навыков аудирования и общения [42, р. 50].

В целом, можно выделить следующие преимущества использования аутентичных видеоматериалов:

1. Привлечение повышенного внимания студентов к изучаемому языку [47, р. 75];
2. Увеличение мотивации к изучению иностранного языка [46, р. 39];
3. Предоставление учителю огромный пласт материала для обучения говорению и лексике, развития навыков аудирования [45, р. 146];

4. Предоставление ученикам информации о культуре страны изучаемого языка [49, р. 3];
5. Погружение в языковую среду изучаемого языка, жизнь и быт носителей этого языка [33, р. 40].

Использование видео на уроке способствует решению следующих задач:

1. Повышение мотивации учения;
2. Создание комфортной среды обучения;
3. Способствует интенсификации обучения;
4. Повышает активность обучаемых;
5. Создает условия для самостоятельной работы учащихся [28, с. 3].

Видеофрагменты могут оказывать сильное эмоциональное воздействие на учащихся, что в свою очередь влияет на формирование личностного отношения к увиденному. Еще одним преимуществом видеофрагмента является непосредственность изображения реальной действительности. отдельного внимания удостоивается особая манера общения ведущего со зрителями (в том случае, если это телепередача или телешоу), использование крупных или дальних планов плана, использование спецэффектов, ненавязчивое предъявление информации, красочность, наличие музыкального фона.

При соприкосновении с происходящим на экране создаются условия, наиболее приближенные к естественным, и ученик погружается в естественную языковую среду, а именно в совокупность речевых и неречевых условий, которые отражают быт, историю, культуру и традиции носителей языка в фактах данного языка) [5, с. 165].

Аутентичные видеоматериалы помогают формировать социокультурную компетенцию учащегося, способствуют запоминанию материала, сопутствуют эмоциональной оценке, позволяют разнообразить учебную деятельность с помощью зрительной и слуховой опоры [18, с. 67].

1.3. Классификация видеоматериалов

Сейчас существует огромное количество видеоматериалов, которые можно просматривать и использовать на уроках английского языка. Они могут быть представлены и рекламными роликами, и интервью с известными людьми, и мультфильмами, сюжетами из мировых фильмов, фрагменты новостей и телепередач. В научно-методической литературе строгой классификации видеоматериалов не существует. Однако, если взять за критерий техническую сторону, то мы можем выделить следующие виды:

1. Видеозапись, (т.е. материалы, записанные на информационный носитель);
2. Материалы, которые непосредственно транслируются в эфир.

Благодаря современным технологиям и интернету, практически любую информацию можно найти в глобальной сети и записать на носитель [7, с. 28 – 32].

Особый пласт средств обучения английскому языку представляют учебные видеоматериалы. Они состоят из небольших эпизодов и имеют дополнительный дидактический материал. Согласно Б. Томалину, можно выделить 2 типа учебных видеоматериалов:

1. Непосредственно обучающие языку;
2. Выступающие в качестве дополнительного источника для обучения языку.

Для учебного материала первого типа (непосредственно обучающие языку) характерно обучение «прямо с экрана», где ведущий, выполняя роль педагога, демонстрирует образцы структур. Роль учителя в этом случае сводится к тому, чтобы с помощью книги для учителя и других вспомогательных средств совершенствовать навыки и умения обучаемых.

Видеоматериалы второго типа (дополнительный источник для обучения) содержат больше познавательную информацию, которая показывает, как используется язык на разных уровнях. Обычно они

представлены несвязанными по содержанию эпизодами, где учитывается степень сложности и речевые функции [8, с. 63].

С точки зрения методики, учебный фильм (видеофильм) – это специально подготовленное в методическом и режиссерском плане аудиовизуальное средство обучения, предназначенное для создания естественных ситуаций речевого общения и обладающее большой силой эмоционального воздействия на учащихся за счет синтеза основных видов наглядности (зрительной, слуховой, моторной, образной, экстралингвистической и др.) [9, с. 30 – 35].

Аутентичные видеоматериалы предлагают большее разнообразие образцов языка и речи, включая различные лингвистические дифференциации, такие как региональные акценты, общеупотребительную и специальную лексику, идиомы. Причем употребляются они в реальном контексте, именно так, как их используют носители языка. Они обеспечивают широкие возможности для овладения иноязычной культурой.

В то же время эти видеоматериалы ориентированы главным образом на обучаемых с хорошей языковой подготовкой, и не подходят для начинающих изучать язык. Для данной категории учеников эти видеоматериалы представляют значительные трудности, связанные со скоростью речи, ее индивидуально-типологическими характеристиками, диалектами особенностями, фоновым шумом и т.д.

Аутентичные видеоматериалы обладают различными методическими особенностями. По критерию жанрово-тематической направленности их можно разделить на 3 группы:

1. Развлекательные программы (драматические произведения всех видов, шоу, «музыкальное» видео, спортивно-развлекательные программы и др.);
2. Программы, базирующиеся на фактической информации (документальное видео, теледискуссии и др.);

3. «Короткие программы» продолжительностью от 10 секунд до 10-15 минут (новости, прогноз погоды, результаты спортивных состязаний, рекламные объявления и др.) [10, с. 71 – 75].

Демонстрация видео, относящегося к любым приведенным выше категориям, имеет огромное значение в процессе обучения иностранным языкам. Во время просмотра таких видеоматериалов происходит слухозрительный синтез, одновременная трансляция звука и изображения. Это в свою очередь способствует развитию навыков и умений восприятия речи на слух (аудирования) и стимулирует устно-речевое общение обучаемых, которое происходит в форме выражения собственного мнения, отношения, поиска аргументов, доказательств. Практика показывает, что ученик запоминает то, что он слышит и видит лучше, чем что-то, что он просто слышит.

Обобщим представленный выше материал, выделив 6 групп видеоматериалов.

Критерием **первой группы** служит канал поступления или восприятия информации:

1. Аутентичные видеоматериалы (зрительное восприятие информации): таблица, график, схема, карта, письмо, печатный текст;
2. Аутентичные аудиоматериалы (воспринимаемая на слух информация): аудиозаписи стихов, рассказов, песен, сказок, рифмовок, диалогов, экскурсий и т. д., радиопередачи, компакт-диски с записями и т. д.;
3. Аутентичные аудио-видеоматериалы (зрительное и слуховое восприятие): видеопленки или другие цифровые носители с записями телепрограмм и видеоматериалов, фильмы, CD-ромы [24, с. 150].

Критерием **второй группы** служит тип видеоматериала:

1. Аутентичные (видеоматериалы, созданные носителями языка и не предназначенные для учебных целей);
2. Учебные (искусственно созданные видеоматериалы для решения определенных учебных задач);

Критерием **третьей группы** служит характер информации:

1. Функциональные материалы (повседневного обихода): указатели, схемы, карты, этикетки, ценники, программы, афиши, инструкции, объявления, реклама, надписи, знаки (т. е. все, что несет в себе функциональную информацию — рекламирует, объясняет, инструктирует, предупреждает);
2. Информативные материалы: рефераты, учебные программы, лекции на иностранном языке в записи, репортажи, сообщения, интервью, тесты, диаграммы, комментарии, анонсы, опросы;
3. Антропонимические материалы (источники исторической информации): газеты, книги, предметная наглядность, фильмы и т. д. [24, с. 150].

Критерием **четвертой группы** выступает средство презентации:

1. Аутентичные материалы, предъявляемые с помощью технических средств обучения: видеоматериалы (телепередачи, программы и т. д.), компьютерные программы, диапроекторы со схемами, картами, слайды, Интернет-ресурсы и т. д.;
2. Остальные материалы, предъявляемые без использования технических средств обучения;

Критерий **пятой группы** – цель использования в учебном процессе:

1. Материалы, предназначенные для обучения общению (в основном это официальные и неофициальные диалоги): интервью, опрос, телефонные разговоры и т. д.;
2. Материалы, предназначенные для создания фоновых знаний (социокультурных, лингвострановедческих, культурологических): видеоматериалы, газетные тексты, карты и т. д.;

Критерий **шестой группы** - роль в учебном процессе:

1. Основные материалы, которые могут составлять ядро учебной темы, например, тексты;
2. Дополнительные материалы: схемы, графики, статистические таблицы и т. д.;
3. Сопутствующие материалы, которые не нуждаются в УМК и используются как прикладные: видеокассеты, DVD-диски, CD-роммы, тексты, газеты, журналы [24, с. 151].

1.4. Использование аутентичных видеоматериалов для развития языковых умений

Для того чтобы процесс обучения иностранным языкам с помощью видеоматериалов был эффективным необходимо систематическое и рациональное использование видео в классах.

Успешное использование видео гарантировано практически на всех этапах процесса обучения иностранному языку. Видео можно использовать при обучении всем видам речевой деятельности, особенно при обучении аудированию и говорению.

Если мы обратимся к развитию языковых умений студентов (лексические, аудирование, говорение), то увидим, что аутентичные видеоматериалы могут способствовать их развитию в полной мере.

Во-первых, видео помогает формировать и совершенствовать слухо-произносительные навыки и во время просмотра видеофрагмента, где используются фонетические упражнения, так в ходе просмотра любого другого видео.

Во время просмотра аутентичного видео происходит запоминание фонетических норм на подсознательном уровне, также происходит концентрация внимания на различиях в произносительных нормах английского и американского вариантов языка, региональных акцентах и диалектах [11, с. 70 – 73].

Во-вторых, специфика видеофрагментов заключается в том, что просмотр видеосюжета дает возможность совместить зрительные и звуковые образы в определенных ситуациях. Преподаватель может предложить обучающимся ситуацию, в которой они, самостоятельно или с помощью преподавателя, могут оказаться в роли активных участников коммуникативного процесса. Актуальностью использования видеосюжетов во время обучения является то, что оно способствует личностному развитию студентов, обеспечивает связи между практическими занятиями и реальной жизнью, помогает сбалансировать фактические знания и практические навыки. Психологи утверждают, что именно использование аудио - и видеосюжетов в учебном процессе значительно улучшает результаты и значительно больше побуждает студентов к иноязычной коммуникативной деятельности.

Если мы сконцентрируемся на формировании фонетического навыка, то мы должны учитывать, что он предполагает перестройку привычной артикуляции на основе установления сходства и различий в произнесении звуков в родном и изучаемом языках, формирование фонематического слуха, а также овладение техникой произнесения иноязычных звуков в слове, словосочетаниях, предложениях и в речевом потоке в процессе говорения и чтения [3, с. 40].

При просмотре видеофрагментов обучающиеся видят, как и каким образом произносятся слова, видят артикуляцию и усваивают её неосознанно. Происходит это потому, что зритель не только слышит, но и видит, как произносится то или иное слово носителем языка, формируется фонематический слух. Визуальная часть также помогает развитию языковой догадки. Лексика, которую может усвоить человек при просмотре видео тоже важна.

Известно, что если мы говорим о том, что человек знает слово, то он знает его формы, его значение и употребление. Видеоматериалы помогают со всеми этими компонентами. Человек слышит слово, он понимает в каком

контексте оно употребляется, он зачастую может увидеть, что это слово обозначает (если оно обозначает предмет), и может увидеть способы взаимодействия с ним. Вводить новую лексику или закреплять уже изученную очень удобно с помощью видеофрагментов в целом, не говоря уже об аутентичных видео.

Лексическая и фонетическая сторона изучения языка способствует развитию навыков говорения. Студент, который постоянно погружается в языковую среду изучаемого языка, видит и слышит, как говорят носители этого языка, начинает перенимать определенные лексические единицы в свой активный словарный запас, подсознательно воспроизводит услышанные речевые конструкции, копирует интонации, тоны и ударения спикеров. В последствии навык говорения можно развить устными заданиями на послепросмотровом этапе работы с видеофрагментами для закрепления.

Принимая во внимание то, что для успешного развития языковых умений требуется механизм, побуждающий к действию зрительные и слуховые центры человека, которые в свою очередь, влияют на процесс усвоения и запоминания информации и материала, мы можем утверждать, что видеоматериалы как раз соответствуют таким требованиям [14, с. 15].

Перед использованием аутентичных видеосюжетов в процессе изучения студентами английского языка преподавателю нужно провести подготовительную работу, а именно:

1. Разбить видеосюжет на логически завершённые эпизоды (если он слишком длинный);
2. Опционально можно составить скрипты для эпизодов;
3. Определить лексические единицы и грамматические явления, которыми должны овладеть обучающиеся;
4. Акцентировать внимание на социолингвистическом материале, который необходимо усвоить из выделенного фрагмента и определить социокультурный контекст его употребления;

5. Подобрать тексты для дополнительного чтения, из которых обучающиеся смогут получить ту или иную информацию подобную содержания видеосюжета [14, с. 16].

Опыт обучения английскому языку показал, что важную роль играет не только подготовительная работа преподавателя к использованию на практических занятиях аутентичного видеосюжета, но и деятельность самих студентов при устном иноязычном общении. Просмотр студентами аутентичного видеосюжета без предварительно разработанных специальных заданий, не может положительно сказаться на формировании иноязычной коммуникативной компетенции.

Просмотр видеофрагментов близко соседствует с аудированием, задействует его навыки и развивает их. В основе умений аудирования лежат такие психические процессы, как восприятие речи на слух и узнавание, внимание, антиципация (предвосхищение или вероятностное прогнозирование), смысловая догадка, сегментирование речевого потока, информативный анализ на основе вычленения единиц смысловой информации, завершающий синтез, предполагающий разного рода компрессию и интерпретацию воспринимаемого сообщения [13, с. 91–94]. При просмотре видеофрагментов задействуются те же механизмы аудио восприятия. К ним добавляется ещё и визуальная информация, что делает работу по восприятию информации легче, поскольку смысловая догадка выполняется проще. А значит шанс понимания смысла услышанного возрастает. Это тренирует навык восприятия информации на слух. В последствии возвращаться к выполнению заданий аудирования в чистом виде становится проще.

Выводы по первой главе

Использование аутентичного видеоматериала на уроках иностранного языка необходимо и несет в себе ряд преимуществ и особенностей. Самым большим преимуществом использования аутентичного видеоматериала является то, что видео обучает всем четырем видам речевой деятельности (чтению, говорению, аудированию, письму).

Видеофрагменты имеют и психологические особенности воздействия на учащихся. Они способны управлять вниманием каждого учащегося или группы, влиять на объем долговременной памяти или на увеличение прочности запоминания, они могут оказывать эмоциональное воздействие на учащихся, повышать мотивацию обучения.

Невозможно отрицать, что аутентичные видеоматериалы способствуют интенсификации учебного процесса и создают благоприятные условия для формирования коммуникативной (языковой и социокультурной) компетенции обучающихся.

Аутентичные видеоматериалы максимально приближены к языковой реальности и потому их использование на уроках иностранного языка более чем обусловлено. Никакие другие материалы не могут дать такого же полного представления о социокультурной реальности страны изучаемого языка и продемонстрировать сочетание вербального и невербального кодов иноязычного общения.

Видеоматериалы можно разделить на шесть групп, выделяя следующие критерии: канал поступления или восприятия информации, тип видеоматериала, характер информации, средство презентации, цель использования в учебном процессе, роль в учебном процессе.

После просмотра аутентичного видео можно использовать различные упражнения. Фонетические упражнения могут включать в себя демонстрацию образцов артикуляции с последующим их воспроизведением,

повторение отдельных слов, предложений, реплик диалога, фонетический мини-урок в игровой форме и так далее.

Можно использовать также лексические упражнения, такие как прогнозирование слов, фраз, которые будут произнесены персонажами видеоролика, соотнесение прилагательных, записанных на доске или на карточке, с тем или иным персонажем видеоэпизода.

Видео может выступать хорошим стимулом, как для устного, так и для письменного высказывания. Учащимся могут быть предложены следующие виды заданий: написание воображаемой биографии одного из персонажей видеоэпизода; изложение видеоэпизода в форме письма другу; составление спортивного обозревателя на основе просмотра выпуска новостей и заполнения таблицы и другие.

Работа с аутентичным видеоматериалом — это всегда очень продуктивный и интересный вид работы для учащихся, так как в нем задействованы творческие ноты, что повышает мотивацию к работе на уроке.

ГЛАВА 2. МЕТОДИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АУТЕНТИЧНЫХ ВИДЕОМАТЕРИАЛОВ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ (НА ПРИМЕРЕ МАТЕРИАЛОВ ВИДЕОХОСТИНГА YOUTUBE)

К дидактическим возможностям применения видео в обучении культуре иностранного языка относится в первую очередь то, что используемые видеотрегменты являются источником информации для обучающихся об обычаях, традициях и жизни людей иноязычной культуры.

С этой точки зрения можно утверждать, что наиболее интересным для обучающихся будет наблюдение за естественным ходом жизни, запечатленным на видео. Видеохостинг *YouTube* предлагает огромное количество видео, которые обладают этой естественной чертой, так как снимаются преимущественно обычными людьми разных национальностей, говорящими на разных языках и диалектах.

В данной работе мы сфокусируемся на наиболее распространенном и популярном жанре видео из представленных на этой платформе, а на видеоблогах.

2.1 Особенности Интернет-ресурса YouTube

Стоит отметить, что хостинг *YouTube* является высокоскоростным средством распространения информации, по сравнению с остальными СМИ. На его фоне обычное теле-радио вещание и печатные СМИ проигрывают в скорости распространения информации и в её доступности.

Что касается английского языка, скорость распространения идиом и неологизмов через хостинг *YouTube* превышает количество читателей журнала *Guardian*, который в каждом своем выпуске рассматривает последние нововведения в английском языке. Самый крупный тираж журнала *The Sun* составил 256 283 экземпляров на июнь 2011 года, в то время, как только один разговорный видеоролик британского видеоблогера

Tyler Oakley под названием «*90's Toy Mystery Box*» собрал 154.000 просмотров спустя 16 часов, после выхода видео [70].

Самое просматриваемое музыкальное видео на канале *Martin Garrix*, снятое совместно с музыкантом *Troye Sivan* на песню «*There For You*» собрало 141 миллион просмотров на ноябрь 2017 года [71].

Не остается никаких сомнений в том, что видеохостинг является самым актуальным и популярным средством передачи информации, в особенности для молодой аудитории.

На основе наблюдений за трендами просмотров видео, мы выявили, что самым популярным жанром видео на этой платформе являются видеоблоги (разговорные видео или любительские видеофильмы). Их использование в целях обучения иностранному языку позволит развить помимо навыков аудирования ещё и навык говорения, по крайней мере поспособствует его развитию.

2.2 Видеоблог как аутентичный видеоматериал

Рассматривая отдельно видеоблог, как аутентичный видеоматериал, мы подразумеваем под ним особую форму блога, в котором средством передачи информации является видео. Записи в видеоблогах сочетают встроенное видео или видеосвязь с поддержкой текста, изображений и других метаданных. Записи могут быть сделаны в виде одного блока или состоять из нескольких частей.

Аутентичные видеоматериалы, представленные жанром видеоблога обладают особыми позитивными чертами:

1. Изобилие лексики разговорного стиля;
2. Актуальный лексический материал (так, как авторы данных видео являются носителями языка и отражают в своей речи все последние изменения лексическом запасе языка);
3. Удовлетворяют различному спектру интересов людей всех социальных групп и возрастов;

4. Длятся в среднем не более 15-20 минут, что делает возможным их применение как в рамках урока, так и в рамках самостоятельного обучения иностранному языку;
5. Позволят выбрать нужный акцент и диалект, с которым преподаватель захочет познакомить учеников;
6. Могут быть использованы в рамках разных тем внутри уроков иностранного языка, а также в таких дисциплинах как страноведение, бизнес английский.

При этом стоит отметить, что это один из наиболее просматриваемых типов видео, которые популярны среди учащихся школ и студентов. А значит интерес к таким видео будет обеспечен с большей вероятностью, чем к обычным программам телевидения. Такой аспект, как беглая речь «ведущего» может являться своеобразным «вызовом» для обучающегося и стать дополнительным источником мотивации при просмотре видео и будет заинтересован в успешном понимании как минимум общего его смысла.

Несмотря на все плюсы данного жанра видео стоит помнить, что использование его стоит начинать с учениками, чей уровень английского языка является как минимум средним. Как и любой аутентичный видеоматериал, использование видеоблога на начальном этапе обучения крайне сложно и предоставит больше трудностей для обучаемого, чем принесет пользы.

2.3 Этапы работы с аутентичным видеоматериалом на уроках английского языка

При работе с аутентичным видеоматериалом выделяют три основных этапа:

1. Допросмотровый (преддемонстрационный);
2. Просмотровый (демонстрационный);
3. Послепросмотровый (последемонстрационный).

Каждый из этих этапов должен подкрепляться упражнениями и заданиями, направленными на концентрацию внимания учащихся и лучшее усвоение знаний по заданной теме.

Перед выбором материала видеофильмов и видеофрагментов необходимо учитывать определенные аспекты, такие как состав изучающих иностранный язык, возраст обучающихся, их интересы, уровень знания языка, а также языковые предпосылки.

Необходимо так же учесть следующие параметры:

1. Цель использования материалов видеофильма (для общего или полного понимания);
2. Продуктивные цели, которые преследует учитель (для устной коммуникации или для создания текста того или иного сообщения);
3. Соотношение выбранного материала с программой обучения, учебным процессом, уровень языковой сложности;
4. Время представления материала видеофрагмента - до, во время или после работы с сюжетом;
5. Формы работы, которые можно использовать (индивидуальные, парные, групповые).

Отбор видео для урока иностранного языка предоставляет широкий простор для учителя, ведь строгих ограничений не существует, остается лишь руководиться темой и целью обучения.

Поскольку критерии, представленные нами, полезны как руководящие принципы для того, чтобы видеоматериал соответствовал программе обучения, стоит начать с краткого обзора двух главных типов действий, используемых при просмотре видео. Эти действия или задачи могут быть классифицированы в два основных типа:

1. Действия, работающие с языком, произведенным непосредственно видеоматериалом;
2. Действия, вовлекающие язык, производимый учащимися о видеоматериале.

Первый тип деятельности фокусируется на задачах, которые помогают учащимся работать с языком, который они услышат в видеофильме и принять оттуда новый для себя лексико-грамматический материал.

Второй тип использует видео как стимул для обсуждения и письма. Другими словами, видео провоцирует учащихся на использование языка в обсуждениях и выполнении заданий, связанных с ними. Здесь видео является опорой обучения и сопроводительным материалом больше, чем непосредственным источником новых знаний о языке и информации. Оба типа действий могут использоваться в соединении, что зачастую используется при разработке фрагментов урока.

2.4 Методические разработки с использованием аутентичных видеоматериалов в курсе дисциплины «Лингвострановедение и страноведение»

Использование страноведческой информации в учебном процессе обеспечивает повышение познавательной активности обучающихся, расширяет их коммуникативные возможности, даёт стимул к самостоятельной работе над языком.

Страноведческое содержание нашего исследования направлено на ознакомление с аспектами жизни разных стран, в том числе и не англоговорящих, для расширения кругозора студентов. Это предоставит возможность для сопоставления культур, географической и политической грамотности студентов.

Знакомство с культурой другой страны происходит через сравнение её черт с культурой своей и других стран.

Тесты лингвострановедческого характера не всегда могут в полной мере быть поняты обучающимися, они не могут быть использованы в отрыве от аудио и видеоинформации. Последняя представляет собой особую важность в изучении различных культур и географических особенностей.

Наше исследование было проведено для того, чтобы доказать, что использование аутентичных видеоматериалов на уроках страноведения играет одну из главных ролей в формировании положительного отношения к изучению английского языка.

Цель видеокурса заключается в повышении заинтересованности студентов в изучении английского языка, воспитания положительного отношения и понимания жителей страны изучаемого языка, а также других стран, их традиций, обычаев и истории, посредством использования аутентичных видеоматериалов в курсе дисциплины «Лингвострановедение и страноведение».

Задачи видеокурса:

- совершенствовать навыки аудирования на основе аутентичных видеоматериалов, подготовленных преподавателем;
- совершенствовать умения монологического и диалогического обсуждения материалов, представленных преподавателем;
- обогатить активный словарь обучающихся необходимым запасом специальных терминов и понятий, связанных с соответствующей темой;
- способствовать воспитанию у студентов понимания и уважения к другой культуре;
- способствовать развитию психологических процессов у студентов, таких как мышление, воображение, память, внимание и др.

Содержательное наполнение курса определялось в соответствии с планом рабочей программой дисциплины «Лингвострановедение и страноведение» по направлению подготовки 44.03.01 «Педагогическое образование», квалификация «бакалавр».

Содержание видеокурса
The United States of America and other countries
Наименование темы
1. USA vs. Germany. Laws and culture.
2. Great Britain vs. USA. Daily life differences.
3. 50 states of The United States of America.
4. Canada. Stereotypes and facts.
5. USA vs. Great Britain: cities.

Отбор видеоматериалов производился самостоятельно с учетом актуальных тем и проблем в различных сферах жизни современного общества и разных стран. Видеоматериалы полностью базируются на ресурсах видеоплатформы YouTube и сняты в жанре видеоблога.

Работа по каждой теме проводится в три этапа: преддемонстрационный, демонстрационный и последемонстрационный. Задания с использованием видеоматериалов предлагались на демонстрационном и последемонстрационном этапах. Всего нами было отобрано 20 видеофрагментов. В каждой из пяти тем от трех до шести видеофрагментов с разработанными к ним заданиями.

Работа на преддемонастрационном этапе предполагает снятие языковых трудностей восприятия аутентичных видеоматериалов, создание мотивации к работе. Таким образом, на данном этапе представлены задания на актуализацию имеющихся базовых знаний по теме и ответы на вопросы.

На демонстрационном этапе

1. Задания на поиск информации (заполнить пропуски, заполнить таблицу, закончить предложение)
2. Задания на развитие рецептивных умений (определить правильные и неправильные утверждения, установить логическую последовательность, выбрать правильный ответ)
3. Задания, направленные на развитие навыков говорения (ответить на вопросы по содержанию видеофрагмента, сопоставить реалии

страны изучаемого языка с реалиями своей страны, выразить свое мнение относительно обсуждаемой проблемы, описать реалию, пересказать содержание видеофрагмента)

На последемонстрационном этапе предлагались задания на развитие творческих способностей обучающихся – самостоятельный поиск социокультурной информации, проектные задания, драматизация, обсуждение темы с использованием дополнительной информации.

К методическим разработкам приложены ключи с правильными ответами по всем темам, таким образом, разработки могут быть использованы в практике преподавания дисциплины «Лингвострановедение и страноведение» другими преподавателями. (см.приложение 1)

Конечным продуктом нашей работы является компакт-диск, в который входят видеоматериалы по пяти темам, ключи.

По окончании курса студенты должны:

- знать национальные особенности Соединенных Штатов Америки и других стран в соответствии с изучаемыми темами;
- уметь сопоставлять реалии родной и иноязычной культуры;
- уметь оппонировать и защищать свою позицию при беседе.

USA vs. Germany – laws and culture

Цели:

- практика в восприятии и понимании речи на слух;
- повышение мотивации к изучению иностранного языка.

Задачи:

Образовательные:

- Обобщение знаний по теме American culture;
- Получение знаний о культуре Германии;
- Совершенствование навыков монологической речи обучающихся;
- Совершенствование навыков аудирования обучающихся.

Развивающие:

- Развитие мышления обучающихся.

Воспитательные:

- Развитие интереса к предмету и поддержание высокого уровня мотивации к изучению иностранного языка;
- Воспитание уважительного отношения к культуре разных стран.

Материалы: ноутбук/компьютер, проектор, колонки.

Видео для использования:

1. 5 Taboo, weird, or illegal things in America that are normal in Germany [50].
2. 5 Things YOU DON'T SAY to Germans [51].
3. Driving: Germany vs. USA [52].
4. Work-Life Balance: Really different in Germany & USA [53].
5. 8 Awesome German Words (I wish we used in English) [54].
6. As An American In Germany, I Struggle With This [55].

Преддемонстрационный этап

Answer the questions:

1. What do you think is Lederhosen and Dirndl?
2. Do you know who is David Hasselhoff?
3. What German customs and traditions do you know?
4. What stereotypes about Germany do you know?
5. Would you like to travel around Germany?

Демонстрационный этап

Video 1 - 5 Taboo, weird, or illegal things in America that are normal in Germany.

Exercise 1. Choose the right option

1. In what state does Austin live?
 - a) Florida b) Texas c) Washington
2. What is the minimum drinking age in the USA?

- a) 18 b) 21 c) 16
- 3. What is the minimum drinking age in Germany?
 - a) 21 b) 16 c) 17
- 4. What was the second difference Austin spoke about?
 - a) public transport b) public drinking c) public kissing
- 5. Does smoking cigarettes become more taboo in America?
 - a) yes b) no
- 6. Does Austin like carbonated mineral water nowadays?
 - a) yes b) no
- 7. In what hand do Germans keep a knife?
 - a) in the dominant hand b) in the other hand

Exercise 2. Fill in the gaps.

- 1. In _____ US Congress passed the national minimum drinking age act.
- 2. In Germany you can drink _____ and _____ at the age of 16 and _____ at 18.
- 3. «In truth I don't think America should _____ public drinking».
- 4. «Arrived in Europe, considering how _____ Europe seems to be it really surprised me that Germans _____ as much as they do».
- 5. «I grew up in the US during a time where there were massive _____ campaigns with a constant flow of scare tactic _____ as well as relentless _____ prevention programs in schools».
- 6. In America its proper etiquette to keep the _____ in the dominant hand and then pick up the _____.

Video 2 - 5 Things YOU DON'T SAY to Germans.

Exercise 1. Choose the right option.

- 1. What is annoying in speaking about Lederhosen and Dirndl?
 - a) every German wears such clothes b) it is just a stereotype that all Germans wear such clothes

2. What is the attitude towards the light beer in Germany?
 - a) Germans like it very much b) Germans are disgusted with Americans watering down their beer
3. What is advisable to drink instead of light beer?
 - a) cola b) wine
4. Why shouldn't we say anything bad about white asparagus?
 - a) because Germans love this vegetable too much b) because all Germans hate asparagus
5. What is more important for Germans?
 - a) Eurovision b) World Cup

Exercise 2. Match the word with its definition.

1. Dirndl	a) simply green asparagus that hasn't been allowed to turn green
2. White asparagus	b) breeches made of leather; they may be either short or knee-length. The longer ones are generally called Bundhosen or Kniebundhosen. Once common workwear across Central Europe, they are now considered a folk costume associated particularly with Bavaria in Germany
3. Helles	c) the name of a traditional feminine dress worn in Austria, South Tyrol and Bavaria. It is based on the traditional clothing of Alps peasants
4. Lederhosen	d) traditional German pale lager beer, produced chiefly in Southern Germany, particularly Munich. The German word hell can be translated as "bright", "light", or "pale"
5. Eurovision	e) international association football competition contested by the senior men's national teams of the members of the Fédération Internationale de Football Association (FIFA), the sport's global governing body
6. FIFA World cup	f) the longest-running annual international TV song competition. It has been held, primarily, among the member countries of the European Broadcasting Union (EBU) since 1956

Exercise 3. Fill in the gaps.

1. Some Germans do wear Lederhosen and Dirndls, especially in the state of _____, but definitely not all Germans. And people who live in other areas of Germany sometimes find it really annoying when _____ or

people who have never been to Germany just think that all Germans everywhere wears these outfits.

2. If you are at a bar in Germany and you're looking for a drink with a little less _____ in it, asking for a light beer or asking which of the German beers are light, is going to get to one of two responses. Either the _____ will hand you a Helles, which is a _____ lager beer and not at all particularly light in calories, but Helles literary translated into _____.
3. Speaking about David Hasselhoff, he had one song in 1989, _____ that with the fall of Berlin Wall, really resonated with the time and the feeling in Germany. But that's all.
4. Germans do love white asparagus. Really, every fruit and _____ kiosk, every store, it's incorporated into every meal imaginable at the restaurants.
5. «This was my first time even hearing about the contest, and at the party people got _____ up in funny costumes».

Video 3. Driving: Germany vs. USA.

Watch the video and complete the list of differences in driving between Germany and USA.

1. You are not allowed to turn right on a red light in Germany.
2.
3.
4. German people prefer smaller cars.
5.
6. There are less police cars on the streets in Germany.
7.

Video 4. Work-Life Balance: Really different in Germany & USA

Watch the video and answer the questions.

1. What English sayings about life and work does Dana quote?
2. What is supposed to be the number one priority in America?

3. What does Dana say about life and work balance in Germany?
4. How many paid vacation days do Germans have per year?
5. Is there any standard minimum of vacation in the U.S.?
6. What is the difference in attitude towards sick-leave in the U.S. and Germany?
7. Is there any federal law mandating paid maternity leave in the U.S.?

Video 5. 8 Awesome German Words (I wish we used in English)

Watch the video about German and English languages. Complete the table.

Do you think it would be useful to have such words in English?

English word	German word	Literal meaning
Slug	Nacktschnecke	Naked snail
	Stinktief	Stink animal
	Faultief	
Light bulb	Glühbirne	
	Staubsauger	
	Handschuh	Hand-shoe
Escalator	Rolltreppe	
	Aufzug	

Video 6. As an American in Germany, I struggle with this

Exercise 1. Answer the questions.

1. What was the first problem of living in Germany for Nalf?
2. What was the way he used to get rid of uneaten food before?
3. Do American people do recycling in the U.S.?
4. What is the percent of recycling in the U.S.?
5. Is recycling well-paid in Germany?

Exercise 2. Complete the table rating of countries winning the recycling race.

Country	Percentage
Germany	
South Korea	59%
Slovenia	
Austria	
Belgium	
Switzerland	51%
Sweden	
Netherlands	
Luxembourg	
Iceland	

Последемонстрационный этап.

Write a short essay about your own thoughts about Germany and German culture. What do you like about this country? Do you speak German? What do you think about this language?

Great Britain vs. USA. Daily life differences.

Цели:

- практика в восприятии и понимании речи на слух;
- повышение мотивации к изучению иностранного языка.

Задачи:

Образовательные:

- Обобщение знаний по теме Great Britain: Life and culture;
- Совершенствование навыков монологической речи обучающихся;
- Совершенствование навыков аудирования обучающихся.

Развивающие:

- Развитие мышления обучающихся;
- Развитие языковой догадки обучающихся.

Воспитательные:

- Развитие интереса к предмету и поддержание высокого уровня мотивации к изучению иностранного языка;
- Воспитание уважительного отношения к стране изучаемого языка.

Материалы: ноутбук/компьютер, проектор, колонки

Видео для использования:

1. Average American vs. Average British Person - How Do They Compare? - People Comparison [56].
2. British vs American English [57].
3. 23 American slang words that you need to know (American English) [58].
4. Britain vs. USA - lifestyle differences, what I prefer [59].

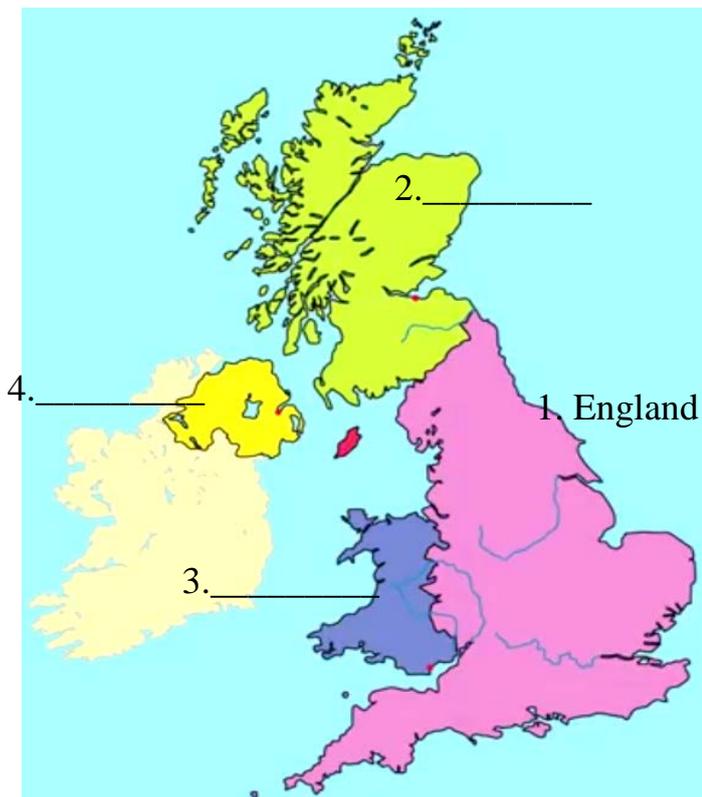
Преддемонстрационный этап

1. Do you think there are any differences in lifestyles in Britain and The United States?
2. Do you think that language in Britain may differ from American English?
3. What would you prefer – to spend a holiday in New York or in London?

Демонстрационный этап

Video 1. Average American vs. Average British Person - How Do They Compare? - People Comparison

Exercise 1. Watch the video and complete the map of The Great Britain and The Northern Ireland.



Exercise 2. Complete the table

	UK	USA
Average height: men	178cm	175.7cm
Average height: women		
Average weight: men		195.7 pounds
Average weight: women	154 pounds	
Lifetime: men		77.11 years
Lifetime: women	79.1 years	
Births per women		1.84
Marriage rates		6.8 people per 1,000
Average gross salary		\$4,893 per month
Billionaires	134	
Total number of hours worked	32.25 hours per week	
Average paid	8 days	

days off		
Living areas	76 square meters	
Vehicle ownership	519 vehicles per 1,000 people	
University annual tuition		\$9,410

Video 2. British vs. American English

Exercise 1. Answer the questions

1. What differences did the girl speak about?
2. What style of pronunciation do you have?
3. What kind of accent do you like most?

Exercise 2. Complete the table. Give the equivalent to each word.

British English	American English
	bathroom
ground floor	
	second floor
	vacation
city centre	

Video 3. 23 American slang words that you need to know (American English)

Match the word with its definition.

1. Bail	a) feel sad
2. Feeling blue, have the blues	b) leaving abruptly
3. Buck	c) fall asleep abruptly
4. By the skin of teeth	d) lazy person
5. Creep	e) dollar
6. Stalker	f) It hurts, but not so much
7. Couch potato	g) honestly
8. Crash	h) creepy, weird, unpleasant person
9. Down to earth	i) to ignore somebody on purpose
10. For real	j) to decline to give self-incriminating information
11. Give a cold	k) somebody who follows you

shoulder	
12. Plead the fifth	l) very simple, ordinary person
13. Screw up	m) do something together; do nothing special at home
14. Sweet	n) car
15. Tight	o) nice
16. To trash	p) attractive woman
17. Wrap up	q) make a mistake
18. Hang out	r) be caught
19. Wheels	s) really intense
20. Babe	t) to destroy something
21. Get busted	u) to finish something
22. Have a blast	v) complete disaster
23. Epic fail	w) to be really entertained

Video 4. Britain vs. USA - lifestyle differences, what I prefer

Exercise 1. Choose the correct answer.

- When you're travelling to the UK do not forget that people drive on a different side of the road here. So when you're crossing the road you should look _____ first and _____ second.
 - left, right
 - right, left
- In the UK you can pay in phone booth using _____.
 - credit cards
 - coins
 - credit cards and coins
- The UK people prefer drinking tea that is called _____.
 - PG
 - BG
 - FG
- Does the girl find this tea tasty without milk?
 - yes
 - no
- British people park their cars _____.
 - too close to each other
 - too far
- In the US they _____ the Pay Pass technology in shops and restaurants.
 - do not have
 - have
- What does the girl think about Marmite?
 - it is not tasty at all
 - it is tasteless
 - it tastes good

8. British people smell like _____.

- a) washing powder b) soap c) expensive perfume

Exercise 2. Match the picture with the name of the object and its definition.

<p>1</p> 	<p>a) Primark an Irish clothing and accessories company which is a subsidiary of AB Foods, and is headquartered in Dublin.</p>
<p>2</p> 	<p>b) Telephone booth is a small structure furnished with a payphone and designed for a telephone user's convenience.</p>
<p>3</p> 	<p>c) Kombucha is a variety of fermented, lightly effervescent sweetened black or green tea drinks commonly intended as functional beverages for their supposed health benefits.</p>

4		<p>d) PG tips is a brand of tea in the United Kingdom, manufactured by Unilever UK.</p>
5		<p>e) Marmite is the brand name for two similar food spreads: the original British version and a modified version produced in New Zealand. It is made from yeast extract, a by-product of beer brewing.</p>

Последемонстрационный этап

In groups, find 5 food products that are common and popular in Russia, but may seem strange for people in the US. Give a short talk.

50 states of The United States of America

Цели:

- практика в восприятии и понимании речи на слух;
- повышение мотивации к изучению иностранного языка.

Задачи

Образовательные:

- Обобщение знаний по теме The United States of America;
- Совершенствование навыков монологической речи обучающихся;
- Совершенствование навыков аудирования обучающихся.

Развивающие:

- Развитие мышления обучающихся;
- Развитие языковой догадки обучающихся.

Воспитательные:

- Развитие интереса к предмету и поддержание высокого уровня мотивации к изучению иностранного языка;
- Воспитание уважительного отношения к стране изучаемого языка.

Материалы: ноутбук/компьютер, проектор, колонки

Видео для использования:

1. All 50 U.S. states summarized (Geography Now!) [60].
2. Tour the States - Official Music Video [61].
3. 50 Facts For 50 States [62].

Преддемонстрационный этап

Answer the questions. What do you know about the United States?

1. How many states are there in the US?
2. Who was the first person to walk on the moon?
3. Who said: 'We hold these truths to be self-evident that all men are created equal'?

Демонстрационный этап

Video 1. All 50 U.S. states summarized (Geography Now!)

Exercise 1. Watch the whole video. Look at the flag of the state and write its name.





--	--	--	--

Exercise 2. Watch the first part of the video (till Michigan). Match the name of the state and its specific features that were stated in the video.

1. Alabama	a) people here love dogs
2. Alaska	b) the world's seventh most powerful economic super power
3. Arizona	c) home to the richest and most well educated black people in our country
4. Arkansas	d) the largest and coldest state, you can find polar bears and the native Yupik people
5. California	e) where the Confederacy started
6. Colorado	f) healthiest state which has the lowest levels of obesity
7. Connecticut	g) the gentler, cleaner suburbs that people move to when they are sick and tired of New York
8. Delaware	h) the Grand Canyon State
9. Florida	i) they grow the most potatoes out of any other state
10. Georgia	j) the land of Lincoln
11. Hawaii	k) America's swampy playground
12. Idaho	l) the heart of the Midwest
13. Illinois	m) the last state to become a state
14. Indiana	n) the first state to become a state
15. Iowa	o) the peach state
16. Kansas	p) famous for baseball bats, and bourbon, and KFC, and horse-derbies
17. Kentucky	q) the Indy 500 car race
18. Louisiana	r) they are known for being good at wrestling
19. Maine	s) the lobster state
20. Maryland	t) is one of the only few states left in the US that has concentrated Francophone communities
21. Massachusetts	u) the library of America and it has the best university, indisputably in the world, Harvard

Exercise 3. Watch the second part of the video (till North Carolina). Fill in the gaps.

- Michigan: I am so sorry. You were doing so well in the early _____ century. You were like one of the richest states but then you filed the largest municipal _____ case in US history.

2. Minnesota is kind of like the _____ of America. Plus, there's also like an actual lot of _____ people and other Nordic people that live there as well.
3. Missouri, America's _____ to the Midwest. Yeah, the largest part of the _____ City is actually in Missouri, not in _____.
4. Montana: America's big, empty, mountainous, may as well just make whole the thing an _____ State. You got the Blackfoot, the Flathead, the Crow, the Cheyenne.
5. Nebraska: _____ and steak. That's literally like their only attraction. Warren Buffett, the second _____ in America lives here.
6. Nevada: _____ alone is like 80% of what keeps the state alive. Oh and we bury all of our _____ waste somewhere in there too. Rock on Nevada!
7. _____ is kind of like a small autumn wonderland with beautiful foliage and wooden covered bridges
8. New Jersey, pretty rich and _____. They don't even try to brush off the stereotype. They just own it.
9. New Mexico is like _____ little brother that had to live in his shadow his whole life. But then Breaking Bad happened.
10. New York is where so much of American history got its _____. Home to our largest city by population New York.

Exercise 4. Watch the last part of the video. Complete the table.

Name of the state	Abbreviation	And Flag	Information
North Carolina	NC		the first inflight state in which the Wright brothers flew the first powered aircraft in 1903
	OH		typical American experience state, with corn dogs and fireflies in the summer, with fireworks and carnivals.

South Carolina	SC		
	SD		
Tennessee	TN		
Texas			
Utah			
Vermont	VT		is like New Hampshire's smaller twin brother that makes a lot more maple syrup
			is where everything started with the US. Essentially, the British came in. They tried to start a little small town and then the whole Pocahontas thing happened and then Disney made everything incredibly accurate
Washington			

Exercise 5. Answer the questions.

1. In what state was the man from the video born?
2. What did he say about that state?
3. In what state does he live now?
4. Is he proud of living in this state?
5. In what state was Lincoln born?
6. Which state is the home of Pepsi?
7. What is the land of then thousand lakes?
8. Where is the largest Amish population out of any other state?
9. Which state is the America's history state?

10. Which state is the smallest?

11. Which state is «the tornado state»?

12. Which state is «the fattest»?

Video 2. Tour the States - Official Music Video

Watch the video, listen to the song and complete the list of capital cities.

U.S. State	State capital	U.S. State	State Capital
Alabama	Montgomery	Montana	Helena
Alaska	Juneau	Nebraska	
Arizona		Nevada	
Arkansas		New Hampshire	
California	Sacramento	New Jersey	Trenton
Colorado	Denver	New Mexico	
Connecticut		New York	Albany
Delaware		North Carolina	
Florida	Tallahassee	North Dakota	Bismarck
Georgia	Atlanta	Ohio	
Hawaii		Oklahoma	Oklahoma City
Idaho		Oregon	
Illinois	Springfield	Pennsylvania	Harrisburg
Indiana		Rhode Island	Providence
Iowa	Des Moines	South Carolina	
Kansas		South Dakota	
Kentucky		Tennessee	Nashville
Louisiana		Texas	
Maine		Utah	Salt Lake City
Maryland		Vermont	
Massachusetts	Boston	Virginia	Richmond

Michigan	Lansing	Washington	
Minnesota		West Virginia	
Mississippi	Jackson	Wisconsin	Madison
Missouri		Wyoming	

Video 3. 50 Facts for 50 States

Watch the video and say which state:

- a) is the most prepared for a zombie apocalypse
- b) has most professional sports teams
- c) has disproportionately more gluten free stuff
- d) has old timely nickname the Nutmeggers
- e) has Second largest ocean coast line after Alaska
- f) produces 72 types of precious and semi-precious stones
- g) has deep dish pizza
- h) has the longest cave system
- i) has got the most single people
- j) has got the oldest population
- k) has got most sleep per night
- l) was the first state to ratify the Bill of Rights
- m) is the most polite

Последемонстрационный этап

Answer the questions:

1. In what state would you like to live? Why?
2. What is the state that you want to visit?
3. What do you think, what is the richest state of the United States?

Canada. Stereotypes and facts

Цели:

- практика в восприятии и понимании речи на слух;
- повышение мотивации к изучению иностранного языка.

Задачи:

Образовательные:

- Обобщение знаний по теме Canada: Geography and mass culture;
- Совершенствование навыков монологической речи обучающихся;
- Совершенствование навыков аудирования обучающихся.

Развивающие:

- Развитие мышления обучающихся;
- Развитие языковой догадки обучающихся.

Воспитательные:

- Развитие интереса к предмету и поддержание высокого уровня мотивации к изучению иностранного языка;
- Воспитание уважительного отношения к стране изучаемого языка.

Материалы: ноутбук/компьютер, проектор, колонки

Видео для использования:

1. Geography Now! Canada [63].
2. Classified - Oh...Canada [64].
3. 7 myths you still believe about Canada [65].

Преддемонстрационный этап.

Look at the list of things and people that Canada is famous for. Have you heard about them?

1. TransCanada corporation
2. Yahtzee
3. Wayne Gretzky
4. Sidney Crosby
5. Georges St. Pierre
6. Maple syrup
7. Hockey

Демонстрационный этап

Video 1. Geography Now! Canada.

Exercise 1. Look at the flag of Canada. Write down what each part stands for.



1. Red color symbolizes _____.
2. White color symbolizes _____.
3. The maple leaf symbolizes _____.
4. The 11 points may symbolize _____.

Exercise 2. Watch the first part of the video (till Physical Geography). Complete the Political Geography information file.

Canada is the 1) _____ largest country in the world. First of all, Canada is located on the 2) _____ continent. Right above the United States, bordered by 3) _____ oceans, the 4) _____, the 5) _____ and the 6) _____ on all three sides. The country stretches over 7) _____ time zones and is divided into 8) _____ provinces. Newfoundland and Labrador are together one province, and three territories in the north. The capital of 9) _____, being in the province of Ontario.

At over 8800 kilometres, or 5500 miles, with thousands of markers along the way, Canada and the US have the world's longest 10) _____ between any two countries.

Exercise 3. Complete the contour map of Canada.



Exercise 4. Watch the second part of the video. Read the questions. Decide whether they are true or false.

1. Hudson Bay is the second largest bay in the world.

true / false

2. Tap water can actually have better quality than bottled water in Canada.

true / false

3. Almost nobody lives along the Hudson Bay.

true / false

4. Canada has none of metal ores like nickel, gold, silver and copper.

true / false

5. One third of all the cesium in the world comes from one mine in Manitoba, Bernic Lake.

true / false

6. Canada has the world's largest third-order lake island discovered due to Google Maps.

true / false

7. Canada has two of the top ten largest impact craters on Earth.

true / false

8. Over 80% of the world's polar bears live in Canada.

true / false

9. Quebec alone supplies about 70% of the world's maple syrup.

true / false

10. The largest inland lakes beside the ones shared with the US on the Great Lakes are the Great Duck and Great Lama Lakes.

true / false

11. Canada has about 20 million people, making it one of the least densely populated places on Earth.

true / false

12. One out of three Canadians either speaks French fluently or understands enough to get by.

true / false

13. Quebec is the only place in Canada where French is spoken.

true / false

14. Newfoundland, New Brunswick and Nova Scotia have huge communities of French speakers.

true / false

15. About one of every five Canadians was born outside of Canada.

true / false

Exercise 5. Answer the questions.

1. Which 3 territories of Canada have the population of 110.000 people?

2. In what three categories are Indigenous people in Canada categorized?

3. How do the Slavey People prefer to call themselves?

4. What language do Inuit people speak?

5. Why Canada had relaxed its immigration and visa policies?

6. Which country is the largest export and business partner of Canada?
7. What is the difference between Canadians and Americans considering independence?
8. What is the difference between Canadians and Americans considering immigration policy?

Video 2. Classified - Oh...Canada.

Exercise 1. Watch the music video. Answer the questions.

1. What is the music played in the beginning of the song? Have you recognized?
2. What do you think, why the video was made in white and red color scheme?
3. What is the national mascot of Canada?
4. What is special about the background in the video?

Exercise 2. Read the abstracts from the lyrics of the song. Which stereotypes about Canada have you found?

The red and white flag, keep it high, keep it visual

People say Canada and get stereotypical.

Think we finish every sentence with “buddy” or “bye”

And if it ain't that, it's either “dude”, “eh”, or “guy”

Canada, yeah we considerate people

And smoking marijuana, we consider it legal.

I've been around the globe and heard the confusion

Honestly a lot of y'all are ignorant and stupid.

Yes, we have microwaves, TVs and cell phones

Unintelligent, we invented the telephone

We made Yahtzee, the lightbulb, hockey

And bred the greatest players, Gretzky to Crosby.

We all got at least one drinkin' buddy

And after one drink, all of us think we're funny.

Our national mascot's a damn beaver,

Oh Canada, we love our beaver!

Home of Hells Angels and RCMP

Home of Gordon Lightfoot and SCTV

No doubt, The Underground Railroad

Georges St-Pierre, right here is where he call home.

Our health care system, y'all know it's free

Keep our girls banging with a full mouth of teeth.

Exercise 3. Match the words and names from the lyrics with their description.

1. Yahtzee	a) a Canadian former professional ice hockey player and former head coach
2. Wayne Gretzky	b) The Royal Canadian Mounted Police, the federal and national police force of Canada
3. Sidney Crosby	c) a French-Canadian mixed martial artist
4. Georges St. Pierre	d) a dice game
5. Hells Angels	e) a Canadian professional ice hockey player, who serves as captain of the Pittsburgh Penguins of the National Hockey League (NHL)
6. RCMP	f) a worldwide one-percenter

	motorcycle club whose members typically ride Harley-Davidson motorcycles
7. Gordon Lightfoot	g) a Canadian television sketch comedy show that ran between 1976 and 1984. It was created as an offshoot from Toronto's Second City troupe
8. SCTV	h) a Canadian singer-songwriter who achieved international success in folk, folk-rock, and country music

Video 3. 7 myths you still believe about Canada

Watch the video and correct these sayings based on stereotypes about Canada.

1. Canadians all live in igloos and get around by dog sled.
2. It is very cold in Canada.
3. Toronto is the capital of Canada.
4. Canadians don't have guns.
5. Canadian beer is stronger.
6. Canada is policed by Mounties in red coats on horseback.
7. Canada is ruled by Britain.
8. People don't lock their doors in Canada.

Последемонстрационный этап

Answer the questions.

1. Do you want to visit Canada?
2. Do you think there is any difference between American and Canadian people?
3. Imagine that you are in Canada. What places would you like to visit first?

USA vs. Great Britain: cities

Цели:

- практика в восприятии и понимании речи на слух;
- повышение мотивации к изучению иностранного языка.

Задачи:

Образовательные:

- Обобщение знаний по теме American culture and history;
- Получение знаний о жизни в крупнейших городах Великобритании и Америки;
- Совершенствование навыков монологической речи обучающихся;
- Совершенствование навыков аудирования обучающихся.

Развивающие:

- Развитие мышления обучающихся.

Воспитательные:

- Развитие интереса к предмету и поддержание высокого уровня мотивации к изучению иностранного языка;
- Воспитание уважительного отношения к культуре разных стран.

Материалы: ноутбук/компьютер, проектор, колонки.

Видео для использования:

1. New York City vs London - City Comparison [66].
2. The true cost of living in New York City [67].
3. Making It | What It Costs to Live in London [68].
4. 10 best things in New York City (Honest Guide) [69].

Преддемонстрационный этап

Answer the questions.

1. Which American city do you like or want to visit?

2. What do you think about nightlife in London and New York? Is it the same?

3. Name 3 cities of any country that you consider the most convenient to live in.

Демонстрационный этап

Video 1. New York City vs London - City Comparison

Exercise 1. Choose the right answer.

1. If you want to live the good life, you should move to _____.

a) Vienna, Zurich, Auckland, b) New York, London, Toronto

2. In 2016 the most visited city in the world by international travelers was _____.

a) London b) Bangkok c) Paris

3. The most visited U.S. city was _____.

a) Washington b) New York c) Miami

4. Britain was invaded by the Romans in _____ AD.

a) 43 b) 45 c) 47

5. William the Conqueror made London the Norman stronghold, building the famous _____.

a) London Palace b) Tower of London c) Big Ben

6. London was the most populated city until the _____.

a) 1930s b) 1940s c) 1920s

Exercise 2. Find historical mistakes, underline them in the sentences and correct them.

1. Long before New York City had high-rise buildings, it was the stomping ground of Indian natives who hunted and fished where people now trade stocks and eat pastrami sandwiches.

2. It wasn't until 1624 that American settlers would start a community in the city, when families of the Dutch West India Company made a home on Gluten Island. Being Dutch, they called this place New Amsterdam.

3. Some historians say that the Dutch bought the area from the natives for a few pounds.

4. New Amsterdam soon covered much of what we regard as New York City today, but the Nazi Brits guided by London prospectors would soon burst the Dutch bubble.

5. On August 26, 1669, four British frigates sailed to New Amsterdam and in a bloodless coup took control and renamed it New York, after the city of York in the north of England.

6. At that time, the city had about 1,500 Europeans and 375 Americans most of whom were slaves.

7. It remained that way for over a hundred years, and even when American independence was on the cards, New York City was a stronghold for Irish loyalists.

8. In 1783 the British were forced out, and in 1800 it became the first national capital of the U.S.

9. Only in 1840 did the capital become Washington DC.

10. By 1850 the population was more than 900,000 and New York City had become a center of the world.

Exercise 3. Complete the comparison table of two cities.

	New York	London
Population		8.7 million
Area		607 sq. miles
Financial sector	322,000 employees	
Billionaires	103	
Average wage	4,542 dollars	
Weather		colder winters, can have steaming hot summers

Video 2. The true cost of living in New York City.

Complete the list of things Erik pays for each day. Write the price. Which way of living is cheaper?

The first way of living

Activity	Price
Electricity	110\$ per month
Gym membership	
	2250\$
Phone calls	
	90\$
Taxi to Soho	
Breakfast	
	20\$
	500\$
Lunch	
Taxi home	
Designer winter coat	
Fancy dinner	200\$

The second way of living

Activity	Price
Electricity	
Workout on the street	free
	1.50\$ per day
	8\$ per day
Rent with roommate	
Internet	
Phone calls	
Bike	
	166\$
	10\$ per day
	15\$ per day
Vintage thrift coat	
Home theatre	

Video 3. Making It | What It Costs To Live in London

Complete the list of things Aaron pays for. Write the price. Compare with the previous video. Which city is cheaper?

Activity	Price
One bedroom apartment	
Groceries for two people	
	30£
Breakfast bowl	
	2.30£
	80£
Insurance premium	
Discount movie ticket	
Parking	
Concessions	
	20-25£

Video 4. 10 best things in New York City

Watch the video and answer the questions.

1. How much does MetroCard cost?
2. What is so special about water in the waterfall of Trump Tower?
3. When can you watch movies for free in Bryant Park?
4. Where's the museum of Modern Arts?
5. How much does it cost to eat in the Halal Guys?
6. Is Times Square popular among New-Yorkers?
7. What is so special about Whitney Museum?
8. What does BMW stand for according to the guide?
9. What is advisable to do if you want to see The Statue of Liberty?
10. How much do the tickets to the Book of Mormon musical cost?

Последемонстрационный этап

Divide into two groups. The first group should make a list of things that you have to pay in Russia and calculate the average cost of living. The second group should create a short guide for travelers. Find 10 places to visit in Ekaterinburg. Give a short talk about the results of your job.

Выводы по второй главе

Аутентичные видеоматериалы можно найти в разных источниках в разнообразной жанровой форме. В данной главе вы уделили особое внимание такому жанру видео, как видеоблог.

Видеоблог мы рассмотрели, как особую форму блога, в котором средством передачи информации является видео. Основные преимущества именно этого жанра видео — изобилие лексики разговорного стиля; актуальный лексический материал (так, как авторы данных видео являются носителями языка и отражают в своей речи все последние изменения лексическом запасе языка), также видео этого жанра удовлетворяют различному спектру интересов людей всех социальных групп и возрастов.

Обращаясь к этапам работы с аутентичными видеоматериалами было выделено три основных этапа, а именно допросмотровый, просмотровый и послепросмотровый.

Рассматривая методические особенности употребления аутентичного видеоматериала, мы указали следующие черты: использование видеоматериалов на уроке английского языка должно быть связано с темой урока, на одну тему календарного плана не должно приходиться более трех больших видеозанятий, для качественного использования видеоматериала нужно позаботиться о самой подаче материала, об удобном для учащихся методе показа видеороликов.

В данной главе мы также представили исследование. Конкретная цель этого исследования заключалась в том, чтобы доказать, что использование аутентичных материалов может удовлетворять задаче развития языковых навыков, в частности мы рассмотрели дисциплину «Лингвострановедение и страноведение» и разработали методический материал в рамках этой дисциплины.

В методических разработках представлены задания, базирующиеся на аутентичных видеоматериалах, упражнения, способствующие закреплению

языковых навыков, творческие работы, помогающие расширению кругозора учащихся, развитию самостоятельности мышления, устной и письменной речи, опорные схемы, систематизирующие знания.

Разрабатывая методический материал по обучению иностранному языку с помощью аутентичного материала, предоставленного видеохостингом *YouTube*, мы наглядно показали, как и для чего может использоваться данный тип видео на уроке иностранного языка.

Не остается никаких сомнений, что с помощью аутентичного материала можно эффективно ввести, подкрепить и отработать знания по любой лексической и грамматической теме и развить навыки аудирования.

Заключение

Не секрет, что каждый преподаватель стремится получить максимум результата из каждого занятия с учениками. Для этого в педагогике прибегают к использованию различных средств обучения и аутентичные видеоматериалы являются одним из самых распространённых.

Опираясь на поставленные цели и задачи, были определены основные понятия, на основе которых было построено дальнейшее исследование, в ходе которого было выяснено следующее:

1. Аутентичные видеоматериалы - это материалы, взятые из оригинальных источников, которые характеризуются естественностью лексического наполнения.

2. Основные этапы работы с аутентичными видеоматериалами это предпросмотровый, просмотровый и послепросмотровый.

3. Не существует единой классификации аутентичных видеоматериалов, но из существующих наиболее узкой является классификация, предполагающая разделение на видеоматериалы, непосредственно обучающие языку и на видеоматериалы, выступающие в качестве дополнительного источника для обучения языку.

4. Методические указания по работе с аутентичными видеоматериалами и их критерии отбора коррелируются с целью, временем и темой предполагаемого занятия.

Из широкого пласта видеоматериалов, особым интересом для исследования представилась интернет-платформа *YouTube*, в которой самым популярным жанром видео оказались видеоблоги. Этот жанр был рассмотрен в качестве аутентичного видеоматериала, были выявлены его особенности и перспективы работы с данным типом видео, также был разработан план-конспект урока, отражающий все важнейшие этапы работы с аутентичным видеоматериалом на уроке иностранного языка.

Страноведческое содержание нашего исследования направлено на обеспечение возможности изучать те сферы жизни общества, которые не освещались или освещались в недостаточной степени в основном курсе дисциплины «Лигвострановедение и страноведение».

Итогом нашей работы являются методические разработки с использованием аутентичных видеоматериалов, которые способствуют развитию языковых умений студентов к изучению английского языка, расширяют кругозор и увеличивают объем межкультурных знаний и умений.

Практическая ценность данной работы заключается в возможности использования на практике методических разработок с использованием аутентичных видеоматериалов и перспективной областью для дальнейших исследований в плане развития языковых компетенций и умений.

Перспектива исследования состоит в том, что разработанные методические разработки с использованием видеоматериалов могут и должны быть использованы при дальнейшем изучении иностранного языка.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Азимов Э.Г., Щукин А.Н. Аутентичный текст // Новый словарь методических терминов (теория и практика преподавания языков). М., 2009. С.25-26.
2. Барышников Н.В. Теоретические основы обучения чтению аутентичных текстов при несовершенном владении иностранным языком. Дис. ... д-ра пед. наук. Пятигорск. 1999. 220 с.
3. Бачурина Е.С. Развитие фонетических навыков на уроках английского языка / Е.С. Бачурина / <http://aneks.spb.ru/metodicheskie-razrabotki-i-posobiia-po-inostr-iazyku/razvitie-foneticheskikh-navykov-na-urokakh-angliiskogo-iazyka.html>. 2015
4. Гальскова Н.Д. Современная методика обучения иностранным языкам. М. 2000. 192с.
5. Гальскова Н.Д., Гез Н.И. Теория обучения иностранным языкам: Лингводидактика и методика: Учеб. пособие для студ. лингв. ун-тов и фак. ин. яз. высш. пед. учеб. заведений. М. 2004. 336 с.
6. Гез. Н.И. Роль условий общения при обучении слушанию и говорению // Иностранные языки в школе. Вып.5. М. 1981. 32 с.
7. Гез Н.И., Ляховицкий М.В., Миролубов А.А. и др. Методика обучения иностранным языкам в средней школе: учебник. М. 1982. 372с.
8. Домрачев В.А. Дистанционное обучение на базе электронной почты // Высш. образование в России. Вып.2. М. – 1995. с.17 – 22.
9. Елухина Н. В. Обучение аудированию в русле коммуникативно-ориентированной методики // ИЯШ. Вып.2. 1989. с. 20.
10. Елухина Н. В. Обучение слушанию иноязычной речи // ИЯШ. Вып. 5. 1996. с. 71.

11. Зимняя И.И. Психология обучения иностранному языку в школе. М. 1991. 223 с.
12. Игна О. Н. Развитие социокультурной компетенции студентов на основе аутентичных материалов при профессионально-ориентированном обучении иноязычному общению. : Дис. ... канд. пед. наук. Томск. 2003. 256 с.
13. Карева Н.В. Использование аутентичных аудио и видео материалов для повышения мотивации изучения иностранного языка // Интернет журнал Науковедение. Вып.3. 2014. 65 с.
14. Лемешко О. В., Лемешко В. В. Використання автентичних відеосюжетів професійної спрямованості у процесі вивчення англійської мови курсантами ВВНЗ // Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України. м. Хмельницький. Вып.3. 2015. 17 с.
15. Мишин М.М. Восприятие телевизионного изображения как особого звуко-зрительного ряда // Психолого-педагогическое воздействие учебного кино и телевидения. Материалы конф. М. 1979. 26 с.
16. Молибог А.Г., Тарнопольский А.И. Технические средства обучения и их применение. М. 1985. 26 с.
17. Миротлюбов А.А. Аудиовизуальный метод // ИЯШ. Вып.3. 2005. 77с.
18. Носкова М.В. Профессиональное развитие преподавателя иностранных языков. Иркутск. 2016. 71 с.
19. Носонович Е. В. Методическая аутентичность учебного текста. Дис. ... канд. пед. наук. Тамбов. 1999. 175 с.
20. Пассов Е.И. Урок иностранного языка в средней школе. М. 1988. 223 с.
21. Пассов Е.И. Основы коммуникативной методики обучения иноязычному общению. М. 1989. 89 с.

22. Рогова Г.В., Верещагина И.Н. Методика обучения английскому языку на начальном этапе в средней школе. М. 1986. 224 с.
23. Рогова Г.В. Методика обучения иностранному языку на начальном этапе. М. 2000. 224 с.
24. Сергеева Н. Н., Чикунова А. Е.. Аутентичные видеоматериалы как средство развития социокультурной компетенции студентов экономических специальностей // Педагогическое образование в России. Екатеринбург. Вып.1. 2011.
25. Смирнов И.Б. Развитие устной речи учащихся на основе аутентичного художественного фильма // Иностранные языки в школе. Вып.6. 2006. С.11-14.
26. Соколова Е.Н. Методика обучения иностранным языкам: Продвинутый курс: Пособие для студентов педагогических вузов и учителей. М. 2008. 271 с.
27. Сотник Р.Г. Актуальные научные исследования в современном мире. Переславль-Хмельницкий. 2016. с 91-94.
28. Чиликина Ю.А. Видеофильм как средство мотивации к изучению иностранного языка / Ю.А. Чиликина / <https://nsportal.ru/shkola/inostrannye-yazyki/library/2012/09/27/referat-videofilm-kak-sredstvo-motivatsii-k-izucheniyu>. 2012.
29. Филатов В.М., Белогрудова В.П., Исаева Т.Е. Методика обучения иностранным языкам в начальной и основной общеобразовательной школе: учебное пособие для студентов педагогических колледжей (Под ред. В.М.Филатова). Ростов н/Д. 2004. 416 с.
30. Aytunga O., Ozge Bahar H. The Importance of Using Authentic Materials in Prospective Foreign Language Teacher Training // Journal of Social Sciences. 2008/ V.5 P. 328-336.
31. Carter R., Nunan, D. The Cambridge guide to teaching English to speakers of other languages. Cambridge University Press. 2001. 274 p.

32. Dornyei Z. Teaching and Researching Motivation. England. 2001. 323 p.
33. Florence, Y. Learning English through films: A case study of a Hong Kong class. Hong Kong. 2009. 55 p.
34. Garfield S., Tames D. Media Revolution: Podcasting / D. Tames., S. Garfield
/ <https://newenglandfilm.com/news/archives/05december/podcasting.htm>
35. Gebhard J.G. Teaching English as a Foreign or Second Language. USA. 2006. 300 p.
36. Harmer I. J. The Practice of Language Teaching. Boston. 2004. 384 p.
37. Herrington J., Oliver R. An instructional design framework for authentic learning environments // ETR&D. 2000/ V.48 P. 23-48.
38. Hyland K. Second Language Writing. Cambridge. 2003. 299 p.
39. Jordan R.R. English for Academic Purposes: A guide and resource for teachers. Cambridge. 1997. 424 p.
40. Jacobson E., Degener S., Purcell-Gates V. Creating authentic materials and activities for the adult literacy classroom: A handbook for practitioners. NCSALL teaching and training materials. Boston. 2003. 138 p.
41. Kilickaya F. Authentic materials and culture content in EFL classrooms // The Internet ELT Journal. 2004/ V.10(7) P. 111-137.
42. Khan A. Using films in the ESL classroom to improve communication skills of non-native learners // ELT Voices. 2015/ V.5(4) P. 46-52.
43. Lustigová L. ESP as a challenge to confront - A case study of technical English in a pre-intermediate level university classroom // Journal on Efficiency and Responsibility in Education and Science. 2013/ V.6(4) P. 308-327.
44. Mirvan X. The advantages of using films to enhance student's reading skills in the EFL classroom // Journal of Education and Practice. 2013/ V.4(13) P. 62-66.

45. Martín M., Jaen M. Teaching conversation through films: A comparison of conversational features and collocations in the BNC and a micro-corpus of movies // The International Journal of Learning. 2009/ V.16 P. 445-458
46. Ruusunen V. Using movies in EFL teaching: The point of view of teachers. Jyväskylä. 2011. 108 p.
47. Tognozzi E. Teaching and evaluating language and culture through film // Italica. 2010/ V.87(1) P. 69-91.
48. Woottipong K. Effect of Using Video Materials in the Teaching of Listening Skills for University Students // International Journal of Linguistics. 2014/ V.6(6) P. 56-61.
49. Zhang Q. The impact of film and film-based activities on the attitudes of English speaking secondary-school students toward L2 Chinese // Creative Practices in Language Learning and Teaching. 2013/V.1(2) P. 1-17.

Интернет ресурсы

50. <https://www.youtube.com/watch?v=K1LEC1J0wIQ>
51. <https://www.youtube.com/watch?v=b80TzSIbK5Y>
52. <https://www.youtube.com/watch?v=5ckt4IZu7zg>
53. <https://www.youtube.com/watch?v=dN3k5-YmQUE>
54. <https://www.youtube.com/watch?v=2v79hFGGcGo>
55. <https://www.youtube.com/watch?v=FrRicP32SCK>
56. <https://www.youtube.com/watch?v=8vpCnE5RXrM>
57. <https://www.youtube.com/watch?v=G0EeUW0-9gw>
58. <https://www.youtube.com/watch?v=ciM0UBHJEvs>
59. <https://www.youtube.com/watch?v=B1U4R33Hge4>
60. <https://youtu.be/hWpzs9QcCCY>
61. https://www.youtube.com/watch?v=_E2CNZIIVIg
62. https://www.youtube.com/watch?v=_S_lmYQ0FJg
63. <https://youtu.be/SxhUsPBFpkU>

64. <https://youtu.be/fF62J3vxPdQ>
65. <https://www.youtube.com/watch?v=UiPdsIDp1GE>
66. <https://www.youtube.com/watch?v=D97nHfHtSG8>
67. <https://www.youtube.com/watch?v=YhULIcGLyDo>
68. <https://www.youtube.com/watch?v=Xwcjkb8iZkY>
69. <https://www.youtube.com/watch?v=NALXQ5hkQ5I>
70. <https://www.youtube.com/watch?v=nVrkQyLS4oE>
71. <https://www.youtube.com/watch?v=pNNMr5glICM>

ПРИЛОЖЕНИЕ

Ключи к упражнениям

USA vs. Germany. Laws and culture.

Video 1.

Exercise 1	Exercise 2
1.a	1. 1984
2.b	2. beer, wine, spirits
3.c	3. legalize
4.b	4. progressive, smoke
5.a	5. anti-smoking, TV ads, drug
6.a	6. fork, knife
7.a	

Video 2.

Exercise 1	Exercise 2	Exercise 3
1. b	1. c	1. Bavaria, visitors
2. b	2. a	2. calories, bartender, pale, light
3. b	3. d	3. Looking for freedom
4. a	4. b	4. veggie
5. b	5. f	5. dressed
	6. e	

Video 3.

1. You are not allowed to turn right on a red light in Germany.
2. The traffic lights are on the far side of the intersection in the USA.
3. German autobahns have no universal motorway speed limit.
4. German people prefer smaller cars.
5. Germans have a lot of roundabouts.
6. There are less police cars on the streets in Germany.
7. In some states of the U.S. it is illegal to pump your own gas.

Video 4.

Suggested answers.

1. «Live to work and work to live».

2. The job is supposed to be the number one priority.
3. Work is more balanced with life in Germany. It's important for the employee to be healthy and rested.
4. 30 vacation days.
5. There is no standard minimum of vacation in the U.S.
6. In the U.S. you are feeling bad to be on the sick-leave and in Germany it is absolutely normal. Moreover, it isn't advisable to work if you feel sick.
7. There is no federal law mandating paid maternity leave in the U.S.

Video 5.

English word	German word	Literal meaning
Slug	Nacktschnecke	Naked snail
Skunk	Stinktier	Stink animal
Sloth	Faultier	Lazy animal
Light bulb	Glühbirne	Glowing pear
Vacuum cleaner	Staubsauger	Dust sucker
Gloves	Handschuh	Hand-shoe
Escalator	Rolltreppe	Rolling stairs
Elevator	Aufzug	Up train

Video 6.

Exercise 1. Suggested answers.

1. Recycling in Germany is more complicated than in the U.S.
2. He washed it into the sink using garbage disposal.
3. Yes, but it is less common.
4. 35 percent.
5. Yes, it is well-paid.

Exercise 2.

Country	Percentage
Germany	65%
South Korea	59%

Slovenia	58%
Austria	58%
Belgium	55%
Switzerland	51%
Sweden	50%
Netherlands	50%
Luxembourg	48%
Iceland	45%

Great Britain vs. USA. Daily life differences.

Video 1.

Exercise 1.

1. England
2. Scotland
3. Northern Ireland
4. Wales

Exercise 2.

	UK	USA
Average height: men	178cm	175.7cm
Average height: women	164cm	161.8 cm
Average weight: men	186.2 pounds	195.7 pounds
Average weight: women	154 pounds	168.5 pounds
Lifetime: men	82.8 years	77.11 years
Lifetime: women	79.1 years	81.94 years
Births per women	1.9	1.84
Marriage rates	4.5 per 1,000	6.8 people per 1,000
Average gross salary	\$3,461 per month	\$4,893 per month
Billionaires	134	565
Total number of hours worked	32.25 hours per week	34.40 hours per week
Average paid days off	8 days	10 days

Living areas	76 square meters	201 square meters
Vehicle ownership	519 vehicles per 1,000 people	797 vehicles per 1,000 people
University annual tuition	\$11,715	\$9,410

Video 2.

Exercise 1. Suggested answers.

1. The girl named differences in pronunciation of the sounds, stresses and meanings of the words.

Exercise 2.

British English	American English
toilet	bathroom
ground floor	first floor
first floor	second floor
holiday	vacation
city centre	downtown

Video 3.

- | | | |
|------|-------|-------|
| 1. b | 9. l | 17. u |
| 2. a | 10. g | 18. m |
| 3. e | 11. i | 19. n |
| 4. f | 12. j | 20. p |
| 5. h | 13. q | 21. r |
| 6. k | 14. o | 22. w |
| 7. d | 15. s | 23. v |
| 8. e | 16. t | |

Video 4.

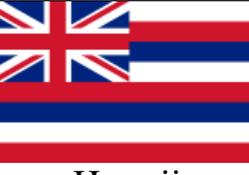
Exercise 1	Exercise 2
-------------------	-------------------

1. b	1. b
2. c	2. d
3. a	3. e
4. b	4. a
5. a	5. c
6. a	
7. a	
8. a	

50 states The United States of America

Video 1.

Exercise 1.

 Alabama	 Alaska	 Arizona	 Arkansas
 California	 Colorado	 Connecticut	 Delaware
 Florida	 Georgia	 Hawaii	 Idaho
 Illinois	 Indiana	 Iowa	 Kansas
 Kentucky	 Louisiana	 Maine	 Maryland

 Massachusetts	 Michigan	 Minnesota	 Mississippi
 Missouri	 Montana	 Nebraska	 Nevada
 Hampshire	 New Jersey	 New Mexico	 New York
 North Carolina	 North Dakota	 Ohio	 Oklahoma

Exercise 2.

- | | | |
|------|-------|-------|
| 1. e | 8. n | 15. r |
| 2. d | 9. k | 16. l |
| 3. h | 10. o | 17. p |
| 4. a | 11. m | 18. t |
| 5. b | 12. i | 19. s |
| 6. f | 13. j | 20. c |
| 7. g | 14. q | 21. u |

Exercise 3.

- twentieth, bankruptcy
- Finland, Finnish
- gateway, Kansas, Kansas
- Indian Reservation
- corn, richest man
- Las Vegas, nuclear

7. New Hampshire
8. very angry
9. Arizona's
10. roots

Exercise 4.

Name of the state	Abbreviation	And Flag	Information
North Carolina	NC		the first inflight state in which the Wright brothers flew the first powered aircraft in 1903
Ohio	OH		typical American experience state, with corn dogs and fireflies in the summer, with fireworks and carnivals.
South Carolina	SC		These people love their tobacco, fudge, walnuts and it's home to the largest portion of the Gullah Community.
South Dakota	SD		Home to Mount Rushmore, America's most iconic presidential landmark. They are also working on the largest sculpture in the world - the crazy horse monument.
Tennessee	TN		The capital of the Appalachians, mountain folk, Blue Grass. Country music artists all come here in hopes of making record deals.
Texas	TX		Football, or American Football, is basically a religion. Barbecue and barbecue sauce are each separate food groups.
Utah	OH		America's Mormon state. Salt Lake City is like the headquarters of the Mormon Church and over half of the entire state's population is registered with them.
Vermont	VT		is like New Hampshire's smaller twin brother that makes a lot more maple syrup
Virginia	VA		is where everything started with the US. Essentially, the British came in. They tried to start a little small town and then the whole Pocahontas thing happened and

			then Disney made everything incredibly accurate
Washington	WA		Microsoft, Amazon, Expedia, Starbucks, Boeing, they are all born.

Exercise 5. Suggested answers.

1. Minnesota.
2. Minnesota is kind of like the Finland of America. Plus, there's also like an actual lot of Finnish people and other Nordic people that live there as well. The land of ten thousand lakes.
3. California.
4. Yes. California holds a high position of geopolitical influence in our country. It is the home of the entertainment capital of the world.
5. Lincoln was born in Kentucky.
6. North Carolina. Coca-Cola's arch nemesis Pepsi was born there.
7. Minnesota.
8. Ohio.
9. Pennsylvania: America's history state.
10. Rhode Island is the smallest state.
11. Oklahoma is America's tornado state.
12. Mississippi

Video 2.

U.S. State	State capital	U.S. State	State Capital
Alabama	Montgomery	Montana	Helena
Alaska	Juneau	Nebraska	Lincoln
Arizona	Phoenix	Nevada	Carson City
Arkansas	Little Rock	New Hampshire	Concord
California	Sacramento	New Jersey	Trenton
Colorado	Denver	New Mexico	Santa Fe

Connecticut	Hartford	New York	Albany
Delaware	Dover	North Carolina	Raleigh
Florida	Tallahassee	North Dakota	Bismarck
Georgia	Atlanta	Ohio	Columbus
Hawaii	Honolulu	Oklahoma	Oklahoma City
Idaho	Boise	Oregon	Salem
Illinois	Springfield	Pennsylvania	Harrisburg
Indiana	Indianapolis	Rhode Island	Providence
Iowa	Des Moines	South Carolina	Columbia
Kansas	Topeka	South Dakota	Pierre
Kentucky	Frankfort	Tennessee	Nashville
Louisiana	Baton Rouge	Texas	Austin
Maine	Augusta	Utah	Salt Lake City
Maryland	Annapolis	Vermont	Montpelier
Massachusetts	Boston	Virginia	Richmond
Michigan	Lansing	Washington	Olympia
Minnesota	St. Paul	West Virginia	Charleston
Mississippi	Jackson	Wisconsin	Madison
Missouri	Jefferson City	Wyoming	Cheyenne

Video 3.

- a) most prepared for a zombie apocalypse - Alaska
- b) most professional sports teams – California
- c) has disproportionately more gluten free stuff - Colorado
- d) has old timely nickname the Nutmeggers – Connecticut
- e) has Second largest ocean coast line after Alaska - Florida
- f) produces 72 types of precious and semi-precious stones – Idaho
- g) has deep dish pizza – Illinois
- h) has the longest cave system – Kentucky

- i) has got the most single people – Louisiana
- j) has got the oldest population – Maine
- k) has got most sleep per night – Mississippi
- l) was the first state to ratify the Bill of Rights – New Jersey
- m) is the most polite – South Carolina

Canada. Stereotypes and facts

Video 1.

Exercise 1	Exercise 2	Exercise 3
1. The red symbolizes the sacrifice during both World Wars. 2. The white symbolizes the peace, tranquility and neutrality of the country. 3. The maple leaf has historically been a symbol of Canada for centuries. 4. It may symbolize the provinces and the last one being for the territories,	1. second 2. the North American 3. three oceans 4. the Atlantic 5. the Arctic 6. the Pacific 7. 6 8. 10 9. Ottawa 10. border	1. Atlantic 2. Arctic 3. Pacific 4. Ontario 5. Ottawa

Exercise 4	Exercise 5
1. a – true 2. a – true 3. a - true 4. b – false (Canada has some of the world's richest deposits of metal ores like nickel, gold, silver and copper) 5. b – false (Two-thirds of all the cesium in the world comes from one mine in Manitoba, Bernic Lake) 6. a - true	1. Yukon, Northwest, Nunavut 2. The First nations, the Metis, and the Inuit 3. the Dene 4. Inuktituk a cousin of the Greenlandic language 5. In order to gain skilled workers and specifically from the Central American regions. 6. The U.S. 7. Americans gained their

<p>7. a - true 8. b – false (Over 60% of the world's polar bears live in Canada) 9. a – true 10. b – false (the Great Bear and Great Slave Lakes) 11. b – false (Canada has about 35 million people) 12. a – true 13. b – false 14. a – true 15. a – true</p>	<p>independence by force, whereas Canadians by diplomacy. 8. American immigration policy is like a melting pot where people are kind of expected to assimilate, whereas Canadian foreign policy is kind of like a mosaic: people are encouraged to be distinct culturally.</p>
--	---

Video 2.

Exercise 1. Suggested answers.

1. It is the national anthem of Canada.
2. Red and white are colors of Canadian flag.
3. Beaver.
4. There are beautiful landscapes of Canada and Canadian people.

Exercise 2. Suggested answers (all stereotypes are underlined).

The red and white flag, keep it high, keep it visual

People say Canada and get stereotypical.

Think we finish every sentence with “buddy” or “bye”

And if it ain't that, it's either “dude”, “eh”, or “guy”

Canada, yeah we considerate people

And smoking marijuana, we consider it legal.

I've been around the globe and heard the confusion

Honestly a lot of y'all are ignorant and stupid.

Yes, we have microwaves, TVs and cell phones

Unintelligent, we invented the telephone

We made Yahtzee, the lightbulb, hockey

And bred the greatest players, Gretzky to Crosby.

We all got at least one drinkin' buddy

And after one drink, all of us think we're funny.

Our national mascot's a damn beaver,

Oh Canada, we love our beaver!

Home of Hells Angels and RCMP

Home of Gordon Lightfoot and SCTV

No doubt, The Underground Railroad

Georges St-Pierre, right here is where he call home.

Our health care system, y'all know it's free

Keep our girls banging with a full mouth of teeth.

Exercise 3.

- | | | | | | |
|----|---|----|---|----|---|
| 1. | d | 4. | c | 7. | h |
| 2. | a | 5. | f | 8. | g |
| 3. | e | 6. | b | | |

Video 3. Possible answers.

1. In fact, most Canadians have never even seen a real-life dog sled, let alone traveled on one.
2. The truth is, though most winters can be super harsh, most of the country's population experiences summers that could make a Californian sweat. the majority of Canadians live close to the Canada-U.S. border and thus experience similar weather.
3. Ottawa is the capital of Canada.
4. Though it's an incredibly rare occasion to have a license granted in Canada to carry a gun for personal protection, over 7 million Canadian citizens possess firearms but these are mostly for sporting and recreational use.

5. This myth's creation is mostly due to a misunderstanding of how alcohol percentages are represented in each country. In Canada, they measure the alcohol content by volume. Actually all beers are approximately the same.
6. RCMP is the national police force and only wear the red ensemble for official or ceremonial purposes.
7. The Queen herself is only a figurehead in Canada, but she really only fills ceremonial and symbolic roles.
8. There are crimes around the country, so people still have to lock their doors.

USA vs. Great Britain: cities

Video 1.

Exercise 1.

1. a
2. b
3. b
4. a
5. b

Exercise 2.

1. Long before New York City had high-rise buildings, it was the stomping ground of Algonquin natives who hunted and fished where people now trade stocks and eat pastrami sandwiches.

2. It wasn't until 1624 that European settlers would start a community in the city, when families of the Dutch West India Company made a home on Gluten Island. Being Dutch, they called this place New Amsterdam.

3. Some historians say that the Dutch bought the area from the natives for a few trinkets.

4. New Amsterdam soon covered much of what we regard as New York City today, but the imperialistic Brits guided by London prospectors would soon burst the Dutch bubble.

5. On August 26, 1664, four British frigates sailed to New Amsterdam and in a bloodless coup took control and renamed it New York, after the Duke of York, not the city of York

6. At that time, the city had about 1,500 Europeans and 375 Africans, most of whom were slaves.

7. It remained that way for over a hundred years, and even when American independence was on the cards, New York City was a stronghold for British loyalists.

8. In 1783 the British were forced out, and in 1789 it became the first national capital of the U.S.

9. Only in 1790 did the capital become Washington DC.

10. By 1850 the population was more than 550,000 and New York City had become a center of the world.

Exercise 3.

	New York	London
Population	8.538 million	8.7 million
Area	304 sq. miles	607 sq. miles
Financial sector	322,000 employees	340,000 employees
Billionaires	103	72
Average wage	4,542 dollars	2,952 dollars
Weather	colder winters, can have steaming hot summers	cool, damp and grey for much of the year, with some warm weeks in summer and only a moderately cold winter compared to New York

Video 2.

The first way of living

Activity	Price
Electricity	110\$ per month
Gym membership	100\$ per month
Rent	2250\$
Phone calls	90\$
Internet	90\$
Taxi to Soho	15\$
Breakfast	25\$ per day
Taxi to midtown	20\$
Office space	500\$
Lunch	15\$ per day
Taxi home	10\$
Designer winter coat	1000\$
Fancy dinner	200\$

The second way of living

Activity	Price
Electricity	100\$ per month
Workout on the street	free
Coffee	1.50\$ per day
Breakfast	8\$ per day
Rent with roommate	1125\$ per month
Internet	90\$
Phone calls	90\$
Bike	100\$
Office space	166\$
Lunch	10\$ per day
Dinner	15\$ per day
Vintage thrift coat	200\$
Home theatre	100\$

The second way of living is cheaper.

Video 3.

Activity	Price
One bedroom apartment	1400£
Groceries for two people	60£
Meats	30£
Breakfast bowl	5£
Coffee	2.30£

Public transport	80£
Insurance premium	0£
Discount movie ticket	4.50£
Parking	12£
Concessions	15£
Meal cost per person	20-25£

Living in London is cheaper.

Video 4. Suggested answers.

1. 32 dollars.
2. It is not a usual tap water, but luxurious Evian.
3. During the summer Film Festival.
4. The museum of Modern Arts is on 53rd Street.
5. 16 dollars.
6. Times Square isn't a popular place among New-Yorkers.
7. There are beautiful views up there.
8. Brooklyn, Manhattan, Williamsburg.
9. To watch the Ghostbusters movie.
10. The tickets to the Book of Mormon musical cost 32 dollars.

