

# Einsatz von Videos im DaF-Unterricht aus US-amerikanischer Sicht

*Franz-Joseph Wehage*

## 1. Video-Materialien für den DaF-Unterricht

Das Erleben der Authentizität einer Sprache und ihrer Kultur führte in den achtziger Jahren<sup>1</sup> zu ersten didaktischen Ansätzen, wie man Videos in den Unterricht integrieren kann. Das Goethe-Institut sowie Inter Nacionales entwickelten daraufhin Konzepte, die richtungsweisend wurden, wie z. B. *Die Krönung der schönsten Stunden* (1990), *Der Falschspieler* (1991), *Alles Gute* (1992), *Vis à Vis* (1992), *Direkt angesprochen* (1995). Der Medienkatalog des Goethe-Instituts mit seinen kulturellen, literarischen und politischen Videomaterialien bereichert Deutsch als Fremdsprache heutzutage ungemein, da er ein differenziertes Spracherlebnis ermöglicht

Methodologische Ansätze sowie Didaktisierungen von Videos liegen bereits vor, aber kein Modell, das sich auf jedes Video übertragen ließe. Films Incorporated (1989), Houghton Mifflin (1992, 1994, 1996), Heinle & Heinle (1994), McGraw-Hill (1995), Harcourt Brace Jovanovich (1995), Prentice Hall (1995), D. C. Heath (1996) sowie *SCOLA*<sup>2</sup> bieten verschiedene Videoprogramme an, die teils einem

Lehrbuch zugeordnet sind oder als Zusatzmaterial eingesetzt werden können. *PICS*<sup>3</sup> (Project for International Communication Studies an der University of Iowa) veröffentlicht jedes Jahr einen Videokatalog, der nicht nur Neuheiten vorstellt, sondern auch Videos in amerikanischer NTSC-Norm auflistet.

Videos bereichern den Lehrstoff mit authentischem Material. Die bei McGraw-Hill (1995) veröffentlichte Videoserie *Authentic German Materials* stellt Themen vor wie z. B. »Das Kino heute«, »Urlaub und Reiseziele«, »Wohnungsnot der Studenten«, »Finanzen der Studenten«, »Auszubildende (Azubis)«, »Zivildienst«, »Interviews mit Frauen«, »Arbeitslose«, »Neue Geldscheine«, »Gesundheit und Fitness« sowie »Umweltschutz«. Videos dieser Art wecken bei ausländischen Studenten das Interesse an einer anderen Kultur. Die in Zusammenarbeit mit Langenscheidt und Inter Nacionales konzipierte Videoserie *Alles Gute* vermittelt besonders landeskundlich interessante Szenen, die sich als Segment gut in den Unterricht eingliedern lassen. Das Arbeitsbuch zeigt die grammatische Problemstellung kurz auf und schließt

1 Die eigentliche Forschungsarbeit begann Mitte der achtziger Jahre, die dann den Medieneinsatz des Goethe-Instituts und von Inter Nacionales ermöglichte.

2 *SCOLA* strahlt TV-Nachrichten in vielen Fremdsprachen über Satellit aus. Die deutschen Nachrichten erscheinen allerdings mit einer 2–3tägigen Verspätung.

3 *PICS* wurde 1982 an der Universität Iowa gegründet. Das Projekt bietet authentische Fernsehmaterialien auf Videokassetten und Laserdiscs an.

dann Übungen an, die das Hörverständnis vertiefen und die Schriftsprache üben sollen. Leider liegt hier eine ausgeprägte Textorientierung vor, so daß weniger das gesprochene Wort als vielmehr die Schriftsprache zur Geltung kommt. Mit Hilfe anderer Methoden ließe sich – wie noch zu sehen sein wird – konkreter auf die Teilnahme des Lernenden eingehen. Das Videobuch *Zielpunkt Deutsch* (1995; Begleitmaterial zu *Wie Geht's? Lehrbuch für das erste Jahr Deutsch*) vermittelt ebenfalls authentische Situationen, die, dargestellt von einer Gruppe Studenten an der Universität München, durchaus realitätsbezogenen Charakter haben. Die Themen »Begrüßungen«, »Auf der Post«, »Sport und Freizeit«, »Essen und Trinken«, »In der Stadt«, »Arbeitsleben«, »Das Studium«, »Einkaufen«, »Krank sein«, »Die Mode«, »Verkehrsmittel«, »Auf Reisen«, »Bergwandern«, »Umweltbewußt leben«, »Zukunftsaussichten« und »Kultur«, sind auf die jeweiligen Kapitel des Lehrbuches abgestimmt. Der Hauptakzent dieser Segmente liegt auf der Vermittlung von Landeskunde. Die sprachlichen Übungen (Zuordnung von Wortpaaren, Dialogarbeit) haben mehr das Erkennen von verwandten Satzstrukturen als aktive Sprachproduktion zum Ziel.

## 2. Der Einsatz von Video: Möglichkeiten und Ziele

Grundsätzliche Fragen zum Thema Video beantwortet Rick Altman (1989) in seinem Werk *The Video Connection. Integrating Video Into Language Teaching*. Altmans Kompendium gilt als wichtiges Nachschlagewerk, da er für die drei Fremdsprachen Französisch, Deutsch und Spanisch nützliche Methoden entwickelt, die sich besonders für Wirtschafts-, Konversations- und Essaykurse eignen. Im einzelnen behandelt er Themen wie Werbung, Wettervorhersage,

Nachrichten, Dokumentationen und vermittelt Anleitungen für den Einsatz im Unterricht.

»The amount of information carried by video makes it an especially rich cultural vehicle. The label on a videotape may say it is a murder mystery or an educational program, but a careful observer notes much more: the shops and shopping pattern, the methods of locomotion, the signs and posters, the clothing, the eating habits, and so forth. The inhabitant of a culture takes these for granted, but for the foreign language learner, video's images and sounds become an open book made up of chapter upon chapter of cultural information. Even the video programs themselves – their construction, script, and cinematography – provide special insight into a nation's cultural specificity.« (Altman 1989: 19)

Altman führt unter anderem auch Informationen über den Erwerb von Videos, gängige Abkürzungen, den Einsatz von Videos via Satellit sowie rechtliche Erwägungen an.

Die Stichhaltigkeit seiner Erwägungen kommt in dem in *Unterrichtspraxis* erschienenen Beitrag von Charles Lutcavage (1992) über Videos auf der Mittelstufe zum Ausdruck. Der Autor didaktisiert einen Fernsehbericht über den kurz nach der Wiedervereinigung vorgenommenen Abbau des Checkpoint Charlie. Dieser Beitrag informiert darüber, wie sich kulturelle und politische Aspekte in den Unterricht integrieren lassen bei gleichzeitiger Berücksichtigung einer diffizilen Spachbarriere, die durch gezielte lexikalische Übungen überbrückt wird.

Wie kann man nun den Einsatz von Videos mit der traditionellen Unterrichtsstruktur koordinieren? Videomaterialien sollen ja nicht den Unterricht ersetzen, sondern die Lehr- und Lernerfahrung bereichern.

Dazu Wilga Rivers:

»With the proliferation of VCRs in the home, video is a medium with which teachers and students now feel comfortable,

and with the increasing emphasis on the communicative approach to language learning – which has stressed the importance of authenticity – video has clearly imposed itself as a privileged pedagogical tool for teaching language within an authentic visual and cultural context«. (Rivers 1992: 119–120)

Die Konfrontation mit der authentischen Sprachwelt inklusive realitätsbezogener Bilder geht über das Ziel der TPR Methode (Total Physical Response) hinaus und vermittelt »a naturalness of form and an appropriateness of cultural and situational context that would be found in the language as used by native speakers« (Rogers and Frank 1988: 468). Ferner vermitteln Videos kulturelle Information. Ein spanischer Film mit der Skyline von Manhattan ist wohl nur unter Vorbehalt einzusetzen, denn Sprache sollte in ihrer eigenen Kultur erlebt werden. Sprache und Kultur sind integrale Bestandteile eines Landes.

Der Einsatz von kommerzieller Werbung, Auszügen aus Dokumentationen und Filmen, Nachrichten und Wettervorhersagen verfolgt drei Ziele: Die Erweiterung des *Hörverständnisses*, der *Sprachfertigkeit* und des *schriftlichen Ausdrucks*.

Der Bildschirm (mit Ton und ohne Ton) erhöht die Aufmerksamkeit des Zuschauers, der, im Gegensatz zu einer nur hörenden Aufnahme von Texten, Situationen wahrnimmt und gleichzeitig versucht, sie sprachlich zu dekodieren. Gruppenarbeit bietet die Möglichkeit, das unmittelbar Erlebte zu konkretisieren. Der Schwierigkeitsgrad des Videos bestimmt, ob die Gruppe selbst Fragen erarbeitet und damit die Sprache bewußt in bezug auf Syntax und Semantik einsetzt oder Antworten zu einer vorbereiteten Fragenliste erstellt, die zwar auch die Sprachpraxis fördert, aber vielleicht die sprachliche Fähigkeit der Studenten überfordert.

### 3. Didaktische Überlegungen

Vor dem Einsatz im Unterricht sollte man sich Gedanken zu einer Didaktisierung des Videos machen:

#### I. Video-Vorbereitung

1. Was ist der Sinn und Zweck dieses Videos?
2. Wie kann man zusätzliches Material als Vorbereitung auf das Video verwenden?
3. Wie läßt sich das Video im Unterricht einsetzen, um eine optimale Gruppenarbeit zu gewährleisten?
4. Welche Möglichkeit besteht, das Material nachzubereiten, eventuell auch als Gruppe?

#### II. Video-Sensibilisierung

1. Das Video wird untersucht auf kulturelle Information, schwierige Ausdrücke, Vokabular, geeignete Segmente und grammatisches Niveau.
2. Um den Lernenden den Zugang zu einem Video zu erleichtern, wird eine Vokabelliste erstellt.
3. Fragen zum Inhalt verarbeiten neues Vokabular, das in einer schriftlichen Inhaltsangabe reaktiviert wird.
4. Eine Zeitungsanzeige sowie die Zusammenfassung eines Textes können als Vorbereitung auf das Thema eines Videos dienen.
5. Im Sprachlabor wird die Tonspur des Videos auf eine Audiokassette überspielt.

#### III. Gruppeninteraktion

Durch »Brainstorming« wird das Vokabular am nächsten Tag ermittelt und erneut schriftlich fixiert. Eine Rekonstruktion des Hörverständnisses bedarf der Interaktion der Unterrichtsteilnehmer. In Gruppen werden ein komplettes Skript sowie situationsbezogene Dialoge erarbeitet. Ferner lassen sich verschiedene Titel erstellen, die dann diskutiert werden.

#### IV. Bildspur-Stumm

1. Der Bildschirm allein verdeutlicht eine Fülle an Information, die sich besonders in Standbildern offenbart. Durch langsames Vortasten in der Zeitlupe lassen sich Situationen intensiver beschreiben. Die Zeitlupe bietet die Möglichkeit, Bild für Bild auf landeskundliche Aspekte einzugehen, die bei normaler Geschwindigkeit nicht wahrgenommen werden. Dies bietet für Gruppenarbeiten vielfältige Möglichkeiten.
2. Eine andere Möglichkeit ist es, nach der Präsentation einer Szene das Video zu stoppen, den Inhalt der nächsten Szene erraten zu lassen, dann das ganze Segment zu zeigen, Vokabeln zu sammeln und in Gruppenarbeit einen Text/Dialog schreiben zu lassen.
3. Studenten erstellen einen Fragebogen in Gruppenarbeit.
4. Für den Tageslicht-Projektor Fragen auf Folien schreiben lassen.
5. Grammatische Wiederholung: Segment in verschiedenen grammatischen Zeiten nacherzählen. Üben von starken und schwachen Adjektiven sowie Präpositionen.
6. Verarbeitung des neuen Wortschatzes in einem Essay.

#### V. Bildspur mit Ton

1. Interaktion von »hören« und »sehen«. Auf einer Vokabelliste kreuzen Studenten Wörter an, die sie »hören« und »sehen«.
2. Hörverständnisübung durch Auslassen wichtiger Wörter im Text.
3. Rollenspiel: Studenten erarbeiten in Gruppen Fragen zur Kommunikation.
4. Grammatik: Voraussetzung ist gutes Hörverständnis. In Gruppenarbeit lassen sich Aspekte der Grammatik erarbeiten, die gleichfalls als »review« dienen; z. B. konzentriert sich eine Gruppe auf Verben, die andere auf Adjektive, die nächste auf Präpositionen etc. Da-

nach werden die Ergebnisse gesammelt, und in Gruppenarbeit wird der Text des Videos neu erstellt. Diese Aufgabe integriert die Fertigkeiten »Hören« (Listening), »Schreiben« (Writing), und »Sprechen« (Speaking).

5. Gruppenarbeit: Beschreibung des Segments mit dem erarbeiteten Vokabular.

#### VI. Weitere Übungen

1. Schüttelkasten: Die logische Satzfolge des Videotextes muß wieder hergestellt werden. In einem Schaubild werden die Sätze in grammatikalisch richtiger Reihenfolge aufgezeichnet.
2. Erarbeitung eines neuen Videotextes. Diese Fassung wird auf die Tonspur des Videos übertragen.
3. Schwer zugängliche Videos lassen sich durch eine einfache Tonspur verständlich machen oder durch einen Text, der in etwa dem Gehörten entspricht.
4. Erstellung von multiple choice-Fragen zum Ton und zum Bild, denn in beiden Fällen existiert eine andere Situation.
5. Schriftliche oder mündliche Beantwortung eines Fragebogens. Kursteilnehmer sollten eigene Fragen außerhalb des Kurses erarbeiten, die dann wiederum eine Variante in der Fragestellung entstehen lassen und zur Vertiefung der Sprache beitragen.
6. Bearbeitung eines Lückentextes, der sich auf den Ton oder auf das Video selbst beziehen kann.
7. Erstellung eines Videos in einem Konversationskurs.

#### VII. Eigenproduktion eines Videos zum Zwecke kommerzieller Werbung

##### 1.0 Entwicklung der Richtlinien:

- 1.1 Um was für eine Produktion handelt es sich?
- 1.2 Welcher Titel paßt zu dieser Werbung?
- 1.3 Sollte der Ton aggressiv oder subtil sein?

- 1.4 Wie oft sollte der Imperativ eingesetzt werden?
- 1.5 Wortwiederholung als Suggestierung?
- 1.6 Wie viele Personen sollen vorkommen?
- 1.7 Erstellung eines Dialogs oder einer Liedform?
- 1.8 Ist das Bild allein wichtig – vielleicht als Stummfilm?
- 1.9 Sollte die Interaktion von Ton und Bild gewährleistet sein?
- 1.10 Angabe von Preis, Qualität und Nützlichkeit des angepriesenen Produktes.
- 2.0 *Vergleich einer Werbung mit einer ähnlichen Zeitungsannonce:*
- 2.1 Untersuchung der Reaktion des Lesers oder Zuschauers
- 2.2 Welches Medium spricht mehr an?

### Videos für Fortgeschrittene:

Die Auswahl an Videomaterialien für Fortgeschrittene ist ziemlich umfangreich. In den USA offeriert *SCOLA* (Satellite Communications for Learning) mit aktuellem Nachrichtenprogramm die Möglichkeit der Integration von Nachrichten in den Deutschunterricht. Bei *SCOLA* kann man auch eine Kopie der Nachrichten durch den »Write-Out-Service« bestellen, was die Gestaltung des Unterrichts wesentlich erleichtert.

Die kulturellen sowie politischen Beiträge der Deutschen Welle, die in Amerika jetzt auch über Satellit zu empfangen sind, bereichern den Unterricht allein durch die Aktualität der Themen. Ferner eignen sich Materialien wie *Deutschlandspiegel*, Fernsehproduktionen wie *Das Glücksrad (Wheel of Fortune)*, Interviews, Gerichtsszenen, Detektivgeschichten wie *Der Richter und sein Henker*, *Der Tatort* und *Der Kommissar* nicht nur für Konversations-, sondern auch Essaykurse. Fernsehmaterialien kontrastieren den Unter-

schied zwischen Umgangssprache und Hochsprache, der durch gezielte Übungen Gegenstand des Unterrichts werden kann. Ferner ist ein Vergleich zwischen der stilisierten Sprache der Lehrbücher mit der authentischen Sprache in den Medien denkbar. Videos auf diesem Niveau vermitteln ein neues Sprach- und Hörverständnis.

Der Einsatz von Videos auf fortgeschrittenem Niveau entfaltet eine ungeahnte Dynamik. Ganz spontan werden Fragen gestellt, Studenten entfachen von selbst eine Diskussion, wiederholen schwierige Ausdrücke und deuten auf kommende Ereignisse hin.

Videomaterialien integrieren eine Gruppe in ihrer Gesamtheit, aus der sich wiederum kleinere Gruppen bilden, die die Interaktion fördern. Das Erlernen von Sprache wird dadurch zu einem neuen Lernerlebnis.

»The potential of the visual medium as a motivating factor for language students cannot be overestimated, and the judicious use of video material constitutes a worthwhile addition to any language program.« (Lutcavage 1992: 39)

### Literatur

#### a) Video-Reihen

*Alles Gute*. Ein deutscher Fernsehsprachkurs. München: Langenscheidt, 1989, 1992.

*Der Falschspieler*. Videomaterialien für den Deutschunterricht. München: Goethe-Institut, 1991.

*Deutsch direkt! Lernexpress, Mach's gut, Treffpunkt: Österreich, Deutsch Direkt!: German Culture Today*. Chicago: Films Incorporated Video, 1989 [1-800 323 4222, Ext. 43].

Di Danto, Robert; Clyde, Monica D.; Vasant, Jaqueline: *The McGraw-Hill Video Library of Authentic German Materials*. Volume 1: A German TV Journal, with an instructor's manual. New York: MacGraw-Hill, 1996.

*Direkt angesprochen*. (Katalog von Inter Nations) 1995.

- Dollenmeyer, David B.; Hanson, Thomas S.: *Neue Horizonte*. Lexington: D. C. Heath, 1996.
- Fink, Stefan; Berka, Sigrid: *Spiralen*. Intermediate German for Proficiency. Boston: Heinle & Heinle, 1994.
- Lovik, Thomas A.; Guy, J. Douglas; Chavez, Monika: *Vorsprung*. Boston: Houghton Mifflin, 1997.
- Moeller, Jack; Liedloff, H.; Adolphe, W. R.; Mabee, B.: *Kaleidoskop*. Fourth Edition. Boston: Houghton Mifflin, 1994.
- Moeller, Jack; Liedloff, H.; Adolphe, W. R.; Kirmse, C.; Lalande II, J. F.: *Deutsch heute*. Grundstufe. Sixth Edition. Boston: Houghton Mifflin, 1996.
- PICS: 270 International Center, The University of Iowa 52242. Tel.: (319) 335-235. Fax: (319) 335-0280.373 PICS.
- Schweckendieck, Jürgen; Arnsdorf, Dieter: *Die Krönung der schönsten Stunden*. München: Verlag für Deutsch, 1990.
- SCOLA: 2500 California Street, Omaha NE 68178-0778. Tel.: (402) 280-4063. Fax: (402) 280-2336.
- Sevin, Dieter; Sevin, Ingrid; Bean, Kathrine: *Wie Gehts?* An Introductory German Course. Fifth Edition. Fort Worth: Holt, Rinehart and Winston, 1995.
- Vis à Vis. Videomaterialien für den Deutschunterricht. München: Goethe-Institut, 1992.
- Wiedmaier, E. Rosemarie; Widmaier, Fritz T.: *Treffpunkt Deutsch*. Grundstufe. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1995.
- Winkler, Georg: *Zielpunkt Deutsch*. Viewer's manual prepared by Mary Wildner-Bassett. Fort Worth: Harcourt Brace Jovanovich, 1995.
- b) Sekundärliteratur**
- Altman, Rick: *The Video Connection. Integrating Video into Language Teaching*. Boston: Houghton Mifflin, 1989.
- Arnsdorf, Dieter; Schweckendieck, J.; Wolf, S.: *21 Werbespots als Sprechlab*. München: Goethe Institut, 1988.
- Bacon, Susan M.: »Listening for Real in the Foreign Language Classroom«, *Foreign Language Annals* 22 (1989).
- Bakker, Henry et al.: *Technology in the Curriculum: Foreign Language Resource Guide*. Sacramento, Calif.: California State Department of Education, 1987.
- Chung, Ulric: »An Introduction to Interactive Video«, *Studies in Language Learning* 5, 1 (1985).
- Compte, Carmen: »Professeur cherche document authentique vidéo ...«, *Etudes de Linguistique Appliquée* 58 (1985).
- Cook, Dayton G.; Stout, D. F.; Dahl, R. C.: »Using Video to Increase Oral Proficiency: A Model for Lehrerfortbildung«, *Die Unterrichtspraxis* 1 (1988).
- Cummins, Patricia W.: »Video and the French Teacher«, *The French Review* 62 (1989).
- Fearon, Robert: *Advertising That Works. How To Create a Winning Advertising Program For Your Company*. Chicago: Probus, 1991.
- Foreign Language Audiovisuals*. Albuquerque, N. M.: National Information Center for Educational Media, 1986.
- Froehlich, Jürgen: »German Videos with German Subtitles: A New Approach to Listening Comprehension Development«, *Die Unterrichtspraxis* 2 (1988).
- Gillespie, Junetta B.: »Self-Produced Video Tapes in Second Language Instruction«, *Studies in Language Learning* 5, 1 (1985).
- Goldberg, Rita: *Video Guide*. Guide to accompany videocassettes from Radio Television Española. Boston: Houghton Mifflin, 1985.
- Goodman, Pearl: »Video in Second Language Teacher Training«, *Studies in Language Learning* 5, 1 (1985).
- Honigsblum, Gerald: *97 publicités télévisées: le français en réclame*. Lexington, Mass.: D. C. Heath and Co., 1987.
- Joiner, Elizabeth G.: »Choosing and Using Videotexts«, *Foreign Language Annals* 23 (1990).
- Knox, Edward; Marier, F. (Hrsg.): *La Télé des Français*. Pedagogical supplement to videocassettes from French television. Middlebury, Vt.: Middlebury College, 1985.
- Koepfel, Anette: »Video in the Foreign Language Classroom: Using Commercials.« *SCOLT* (Southern Conference on Language Teaching), 1991.
- Korb, Richard; DeMeritt, L. C.: »Lights! Camera! Action! Videotaping in the Conversation Class«, *Die Unterrichtspraxis* 2 (1990).
- Lancien, Thierry: *Le Document vidéo dans la classe de langues*. Paris: Clé International, 1986.

- Lawrence, Katherine D.: »The French TV Commercial as a Pedagogical Tool in the Classroom«, *French Review* 60, 6 (May 1987).
- Lee, David: »Television Commercials for German Listening Comprehension«, *Die Unterrichtspraxis* 17 (1984).
- Lonergan, Jack: *Video in Language Teaching*. Cambridge: Cambridge University Press, 1984.
- Lubbers, Lee, S. J.: »Satellite Reception of Foreign Language Programming«, *Studies in Language Learning* 5, 1 (1985).
- Lund, Randall J.: »A Taxonomy for Teaching Second Language Listening«, *Foreign Language Annals* 23 (1990).
- Lutcavage, Charles: »Authentic Video in Intermediate German«, *Die Unterrichtspraxis* 1 (1992).
- Omaggio, Alice C.: *Teaching Language in Context*. 2nd ed. Boston: Heinle & Heinle, 1993.
- Richardson, Charles P.; Scinicariello, S. G.: »Television Technology in the Foreign Language Classroom.« In: *Modern Technology in Foreign Language Education: Applications and Projects*. Ed. Wm. Flint Smith. Lincolnwood, IL: National Textbook, 1989.
- Rogers, Carmen Villegas; Medley Jr., F. W.: »Language with a Purpose: Using Authentic Materials in the Foreign Language Classroom«, *Foreign Language Annals* 22 (1989).
- Schulz, Renate: »The Interactive Videodisc and Its Potential for Second Language Acquisition«, *Die Unterrichtspraxis* 1 (1988).
- Tanner, Jacquelyn: »Where's the Video – a Review of Sources for Foreign Languages«, *Studies in Language Learning* 5, 1 (1985).
- Treffpunkt Deutsch* für Deutschlehrer in den USA. Nr. 1 (1991). Hg. vom Goethe-Institut.
- Tudor, Ian: »Frameworks for the Exploitation of Video in the Language Classroom«, *British Journal of Language Teaching* 24 (1986).
- Van Handle, Donna C.: »Developing Proficiency in Context: The Creation and Production of German Plays«, *Die Unterrichtspraxis* 21 (1988).
- Wehage, Franz-Joseph: »Innovative Teaching Techniques with Videos in the Foreign Language Classroom«, *Perspectives in Foreign Language Teaching* (Youngstown State University, OH), 6 (1993).
- Welch, Barbara: »Self-Confrontation: Video in the Language Classroom«, *Journal of Educational Techniques and Technologies* 20 (1987).