

**Евгений Анатольевич Мезенцев**

Омский государственный технический университет, кандидат философских наук, доцент, заведующий кафедрой истории, философии и социальных коммуникаций, Омск, Россия  
e-mail: eamezentsev@omgtu.ru

**Юлия Сергеевна Плотникова**

Омский государственный технический университет, кандидат социологических наук, доцент кафедры истории, философии и социальных коммуникаций, Омск, Россия  
e-mail: yusplotnikova@omgtu.ru

**Екатерина Сергеевна Радионцева**

Омский государственный технический университет, кандидат филологических наук, доцент кафедры истории, философии и социальных коммуникаций, Омск, Россия  
e-mail: rakaty@yandex.ru

**Опыт реализации технологии peer learning в медийной специальности:  
от идеи до воплощения**

*Аннотация.* В фокусе внимания авторов статьи — технология peer learning и формы ее реализации в Омском государственном техническом университете (ОмГТУ) на направлении подготовки «Реклама и связи с общественностью». Авторы на конкретных примерах, связанных с игротворчеством, профессиональными праздниками, встречами с представителями профсообщества, раскрывают возможности технологии, выявляя сопутствующие технологическому решению элементы — геймификацию и эдьютейнмент. В статье выделяются этапы технологии, раскрывающие профессиональный потенциал студентов; показываются основные преимущества технологии: высокая вовлеченность студентов, индивидуальный подход, способствующий формированию уверенности в себе и ответственности. Делается вывод о многоаспектности ее использования и эффективности. Опыт применения технологии на направлении «Реклама и связи с общественностью» в ОмГТУ показывает, что peer learning может быть применена на многих специальностях и направлениях подготовки гуманитарного цикла.

*Ключевые слова:* технология peer learning, технология обучения, медиаспециальность, игротворчество, вовлечение в обучение.

**Evgeny A. Mezentsev**

Omsk State Technical University, Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, Head of the Department of History, Philosophy and Social Communications, Omsk, Russia  
e-mail: eamezentsev@omgtu.ru

**Yulia S. Plotnikova**

Omsk State Technical University, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor of the Department of History, Philosophy and Social Communications, Omsk, Russia  
e-mail: yusplotnikova@omgtu.ru

**Ekaterina S. Radiontseva**

Omsk State Technical University, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of History, Philosophy and Social Communications, Omsk, Russia  
e-mail: rakaty@yandex.ru

**Experience in Implementing Peer Learning Technology in Media Speciality:  
From Idea to Implementation**

*Abstract.* The authors of the article focus on the peer learning technology and forms of its implementation at Omsk State Technical University (OSTU) in the field of “Advertising and Public Relations”. The authors use concrete examples related to game creativity,

professional holidays, and meetings with representatives of the professional community to reveal the possibilities of the technology, identifying the elements accompanying the technological solution — gamification and edutainment. The article identifies the stages of technology that reveal the professional potential of students, shows the main advantages of the technology: high student involvement, an individual approach that promotes the formation of self-confidence and responsibility. The conclusion is drawn about the multifaceted nature of its use and effectiveness. The experience of using technology in the field of “Advertising and Public Relations” at OSTU shows that peer learning can be applied in many specialties and areas of training in the humanities.

*Keywords:* peer learning technology, learning technology, media specialty, game creativity, involvement in learning.

### Введение (Introduction)

Технология peer learning в обучении является парадигмой, базирующейся на идее массового, совместного сотрудничества и идеологии открытых образовательных ресурсов.

Peer learning считается форматом обучения, в котором нет места иерархии, существующей в виде ролей в традиционной системе обучения. Более того, он намеренно разрушает классические роли, порой «заставляя» преподавателя конкурировать со студентами, доказывать и обосновывать свою точку зрения, убеждать в целесообразности решения.

Сегодня в сфере образования, особенно в медийных специальностях, нет и не может быть единственно верной технологии обучения, поскольку на первый план выдвигаются такие качества обучения, как критическое мышление, гибкость, креативность. Простая трансляция информации представляется устаревшим форматом, допустимым в ситуациях, соответствующих академическим задачам.

Многие исследователи разделяют мнение о том, что технология peer learning относительно новая, появилась и заявила о себе сравнительно недавно. Вместе с тем в истории сохранились прецеденты форм обучения, в которых преломляется суть технологии peer learning. В качестве примера можно привести образовательную практику французского педагога Селестина Френе (1896–1966) [1], инструментальную педагогику Джона Дьюи (1859–1952) [2; 3], подход к образованию основоположника теории искусственного интеллекта Сеймура Пейперта (1928–2016) [4], педагогические разработки об учебной сети Ивана Иллича (1926–2002) [5; 6], методику Джорджа Сименса (р. 1950) [7; 8; 9]. Все они основывались на методике активного вовлечения обучающихся в образовательный процесс, что способствовало, по их мнению, формированию ответственного подхода и высокой самоотдаче.

### Литературный обзор (Literature Review)

Идеи, заложенные в основу технологии, разрабатывались учеными и педагогами XX в. параллельно в разных европейских странах. Во многом благодаря этому технология широко и быстро распространилась по учебным учреждениям мира. «Эта форма обучения (авторы определяют ее как обучение равных со взаимными отношениями между сверстниками для их обоюдной выгоды. — *Е. М., Ю. П., Е. Р.*) в настоящее время широко используется на уровне бакалавриата в системе высшего образования по всему миру», — пишут У. Коноур, А. Рабия и другие в материале «Связи PGR: использование педагогики онлайн-обучения для поддержки докторантов» [10, р. 390] (перевод наш. — *Е. М., Ю. П., Е. Р.*).

Технология peer learning действительно проникла во все сферы и направления подготовки. Об этом свидетельствуют

публикации исследователей, осмысливающих опыт преломления peer learning в обучении медицине [11; 12], бизнесе [13], естественно-научных и инженерных специальностях [14; 15; 16], в медийных направлениях подготовки [17].

Опыт применения технологии в разных образовательных программах — отнюдь не единственный предмет ее научного осмысления. Ученые пишут о том, насколько значима технология при реализации международных программ, где она помогает устранить ощущение изолированности у иностранных студентов [18]; о необходимости ее внедрения в последипломное образование [10]. Целый ряд актуальных исследований посвящен теоретическим аспектам peer learning [10; 19; 20].

Цель настоящей статьи заключается в исследовании процесса организации и результатов внедрения технологии peer learning в образовательной деятельности на примере направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» в Омском государственном техническом университете (ОмГТУ).

### Методы (Methods)

В статье использованы метод теоретико-методологического анализа, предусматривающий изучение степени разработанности проблемы в научной литературе; анализ эмпирического опыта реализации технологии peer learning направления «Реклама и связи с общественностью» в ОмГТУ, контент-анализ коммуникационных ресурсов специальности.

### Результаты и обсуждение (Results and Discussion)

Основные преимущества технологии peer learning сводятся к высокой вовлеченности студентов в процесс обучения, к формированию уверенности и ответственности, индивидуальному подходу.

*Высокая вовлеченность участников в процесс, их активность.* Считается, что процесс обучения предполагает четко обозначенные роли у преподавателей и студентов, где одни в первом случае — авторитетный транслятор знаний, другие — получатели информации. В peer learning все участники процесса равны, технология нивелирует границы ролей, делает их размытыми и незначимыми. Каждый участник процесса имеет возможность высказать свою точку зрения на обсуждаемую проблему или ситуацию, однако решение остается за группой в целом, позицию должно разделить большинство.

*Уверенность в себе, ответственность.* Участники процесса должны понимать, что все они члены группы, во многом однородной по своему составу, поэтому каждый может быть способен как на ошибку, за которую он не будет

осужден, так и на креатив, который может быть оценен группой. В процессе отработки коллективного задания ребята понимают, что от конкретной деятельности и шагов каждого члена группы зависит общий результат, а потому стараются не подвести команду. Высокая оценка работы членов группы способствует формированию уверенности в себе, а желание не подвести команду проекта — ответственности.

*Индивидуальный подход* проявляется в решении тех задач, которые студент берет на себя в рамках выполнения общей командной работы. Он, как и преподаватель, понимает, что у каждого члена проекта есть свои сильные стороны, через которые проявляется его индивидуальность, позволяющая ему в дальнейшем быть ценным специалистом со своими профессиональными навыками. Задача преподавателя здесь — увидеть сильные позиции студента, развернуть их в нужном для решения командных задач направлении.

В ОмГТУ на подготовке «Реклама и связи с общественностью» технология *peer learning* помимо задач, обозначенных выше, предназначена и для решения более узких вопросов. Она позволяет формировать уникальный качественный контент, необходимый для наполнения сайта и социальных сетей. На основе событий, являющихся фундаментом технологии *peer learning*, формируются инфоповоды, которые можно распространять через сформированные каналы коммуникации. Подготовка и размещение контента — одна из полноценных задач в ходе реализации проекта.

Какие проекты раскрывают суть технологии *peer learning*? Считается, что формы реализации технологии *peer learning* находятся в плоскости событийного маркетинга [21; 22] и могут быть самыми разнообразными: от флешмобов до стендапов, от мастер-классов до квестов.

Рассмотрим формы реализации технологии *peer learning* на примере направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» ОмГТУ.

### **Игротворчество**

Независимо от формы реализации *peer learning*, неотъемлемым элементом технологии является геймификация — внедрение игровых форм в неигровой контент, помогающий учиться с максимальной эффективностью. Составная часть технологии — элементы эдьютейнмента, или развлечения, зачастую реализуемые через игротворчество [23].

Формы игротворчества в образовательной деятельности могут быть самыми разнообразными — от батлов до битв. В ОмГТУ на направлении «Реклама и связи с общественностью» популярность приобрел PR-квест.

PR-квест — это мероприятие, в котором традиционно принимают участие студенты первых трех курсов бакалавриата направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» ОмГТУ. Четвертый курс в нем не участвует, поскольку оно проходит в мае, накануне сдачи и защиты выпускной квалификационной работы.

Подготовка к квесту начинается за 1–1,5 месяца до начала мероприятия. Изначально преподаватель со всеми студентами обсуждает ключевую идею, которой будет посвящен квест, помогает сформулировать концепцию. В дальнейшем ключевая тема распадается на ряд тематических направлений, каждое из которых прорабатывает

конкретный курс в рамках своей станции. В группе выделяются руководители тематических станций. По желанию назначается главный ответственный, занимающийся общими организационными вопросами: общим сценарием игры, жеребьевкой команд, организацией поднятия флага, взаимодействием со смежными структурами университета, подведением итогов.

Станции располагаются в разных корпусах университета, равноудаленных друг от друга. Во время перемещения между станциями и в период командной работы на станциях у ребят появляется возможность сблизиться, узнать больше друг о друге.

Задания в рамках каждой станции формируются ребятами самостоятельно и предполагают разный уровень знаний — от начального до продвинутого. Команда состоит из студентов разных курсов с разным уровнем подготовки; каждому должно быть интересно. Тематика станций обуславливает специфику заданий; важно, чтобы они были разнонаправленными — командными и индивидуальными, сочетали разные форматы — видео, аудио, текст, инфографику, раздаточный материал.

Общий подход к заданиям обсуждается в рамках конкретного курса, каждый член группы может высказаться и предложить вариант. Конкретное наполнение заданий — ответственность руководителей станций.

Роли участников и руководителей станций проговариваются заранее, чтобы студенты при подготовке и выборе роли могли четко рассчитать свое время, поскольку, повторим, квест проходит практически накануне начала сессии.

Роль преподавателя сводится к опытному наставничеству: он уже принимал участие в подобном мероприятии, знает регламент и нюансы работы. Педагог озвучивает сроки и принципы организации квеста, осуществляет, если необходимо, техническую поддержку проекта (распечатывает материалы, бронирует аудитории и пр.). Это только в том случае, если ребята обращаются за помощью, зачастую они все вопросы решают самостоятельно. Порой преподаватель может высказать свою точку зрения, однако прислушиваться или нет к замечаниям — решает группа.

Кульминация мероприятия — эмоциональный финал проекта. Как правило, это высадка дерева на аллее пиарщиков у корпуса, где проходит большая часть занятий студентов направления «Реклама и связи с общественностью».

Неотъемлемый атрибут квеста — формирование контента: пресс-релиза, фото- и видеосессии. Материалы в дальнейшем размещаются в разных каналах коммуникации, обязательно в аккаунте сообщества кафедры.

Важным моментом квеста становится эдьютейнмент — элемент развлечения, который позволяет разнообразить процесс обучения, сделать его по-настоящему творческим и эмоциональным.

Мероприятие способствует активному вовлечению обучающихся в образовательный процесс, проявлению творческой индивидуальности; формированию профессиональных навыков, ответственности; закреплению полученной информации. Немаловажно, что оно позволяет раскрыть креативные способности студентов, разнообразить формы работы и процесс обучения.

### **Профессиональные праздники**

В основе Дня специальности направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» должны лежать два профессиональных праздника — День PR-специалиста и День работников рекламы.

Каждый год 28 июля в России PR-специалисты отмечают свой профессиональный праздник. Именно 28 июля 2003 г. министром труда и социального развития РФ было подписано постановление о внесении квалификационных характеристик по связям с общественностью в Общероссийский классификатор профессий рабочих, служащих и тарифных разрядов. И уже 28 июля 2004 г. российское PR-сообщество впервые отпраздновало день государственной регистрации профессии, заложив традицию ежегодного празднования Дня PR-специалиста.

В силу того, что праздник приходится на период летних каникул, в ОмГТУ решено было День специальности связать с таким профессиональным праздником, как День рекламщика.

День работника рекламы отмечается в России 23 октября с 1994 г. Он считается профессиональным праздником всех специалистов, причастных к рекламной деятельности, в том числе маркетологов и пиарщиков. За время своего существования этот день сумел стать ярким информационным поводом, способствующим прославлению профессии.

В ОмГТУ День специальности проходит в последний рабочий день накануне Дня рекламщика. Традиционно в нем принимают участие студенты всех курсов и форм обучения.

Мероприятие делится на две составляющие: деловую и развлекательную. Общий концепт события обсуждается со всеми студентами, когда оно анонсируется. В дальнейшем за подготовку деловой части ответственность несут преподаватели, за организацию развлекательной части — студенты.

Деловая часть предполагает приглашение представителей рекламных агентств полного цикла с мастер-классом, кейсами или лайфхаками. Роль студентов при подготовке деловой части мероприятия — обосновать, кого они хотели бы услышать, какая тема или ситуация им интересна. В процессе обсуждения осмысливается опыт региональной рекламной и PR-деятельности; чтобы высказаться, студентам необходимо наблюдать за развитием отрасли, знать о ее достижениях и недоработках. Зачастую ребята справляются с этой задачей довольно легко.

Рекламных агентств полного цикла на омском рынке много — об этом свидетельствуют данные открытого электронного справочника «2ГИС». Однако многие компании лишь позиционируют себя как рекламные агентства полного цикла, фактически не являясь таковыми. Это сужает круг креативных рекламных партнеров направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» ОмГТУ. В последнее время активное взаимодействие налажено с представителями компании «Креативная банда “Медведь”», рекламных агентств «Гринвич» и «Коперник».

Еще одна цель мероприятия в рамках Дня специальности — поблагодарить/поощрить активных ребят, вкладывающих силы, время, энергию в свое профессиональное раз-

витие, готовых откликаться на разные профессиональные вызовы студенческих лет.

Подготовка развлекательного блока, как уже было сказано, — зона ответственности студентов. Важно оговорить с ребятами общий концепт и обозначить роли организаторов — модератора, ответственных за встречу гостей, помощников, разработчиков игр, вписывающихся в эту часть мероприятия. Необходимо также выделить студентов, которые будут нести ответственность за подготовку и размещение контента.

Сценарий, наполнение творческих игр и заданий — вопросы, решаемые студентами самостоятельно. Преподаватель может лишь время от времени интересоваться процессом, чтобы понимать, нужна ли его помощь и в чем именно она должна проявиться.

День специальности позволяет студентам раскрыть их профессиональные навыки, а в целом почувствовать причастность к сфере творческих и креативных профессий.

### **Диалог с представителями профессионального сообщества**

Под формулировкой «Диалог с представителями профессионального сообщества» скрываются разнообразные форматы, направленные на взаимодействие студентов со специалистами отрасли.

По сути все форматы сводятся к двум векторам сотрудничества. Один из них предполагает приглашение гостя на площадку университета, другой — выезд студентов на территорию потенциального работодателя (экскурсию).

Гостями могут стать специалисты отрасли, представители новых медийных профессий (визуализатор бренда, например), выпускники. Так, в ноябре 2022 г. с мастер-классом в ОмГТУ приезжал выпускник специальности «Реклама» Илья Швецов, креативный продюсер Comedy Club Production, участник шоу «Стендап» на ТНТ и «Открытый микрофон», соавтор сериалов «Год культуры», «Зона комфорта», «Семья» и т. д.

Что позволяет соотносить встречи профессиональных гостей с технологией peer learning? Те же критерии, о которых неоднократно говорилось выше, — вовлеченность, индивидуальный подход, формирование ответственности.

Оказывается, что достаточно один раз сходить студентам на экскурсию на предприятие, чтобы увидеть специфику работы пресс-службы или отдела рекламы; объявить группе периодичность экскурсионных повторов, и (!) обучающиеся сами начнут предлагать варианты, где бы они хотели побывать, о каких проектах хотели бы услышать. Возможна ситуация, когда они самостоятельно могут договориться о встрече. Поскольку обсуждение следующей экскурсионной локации происходит в группе, всегда появляется альтернативная точка зрения. Это ли не процесс вовлечения? Он позволяет ближе исследовать профессиональный региональный рынок, изучить его деятельность, присмотреться к кейсам.

Индивидуальный подход проявляется в обозначении собственной позиции, когда ребята на встрече задают (или не задают) вопросы, высказывают мнение по поводу мероприятия, встречи в целом, полученной на ней информации — в общем, в процессе мероприятия и во время обратной связи.

Ответственность студента прослеживается в момент посещения мероприятия или локации: зачастую предприятие ограничивает количество участников встречи, и должны прийти все, кто записался заранее, сделать это вовремя, в соответствии с теми условиями, которые предъявляет работодатель, разрешая посетить свою территорию.

Те же приемы и подходы прослеживаются в ситуации, когда представители профессионального сообщества приглашаются на площадку университета для встречи со студентами. Здесь, как и на экскурсиях, вовлеченность, ответственность, индивидуальный подход сочетаются с элементами эдьютейнмента, потому что диалог с представителями профсообщества редко обходится без шуток, юмора, смеха. Смена формата взаимодействия — это новый опыт для ребят, который сам по себе часто ассоциируется с развлечением и даже отдыхом от традиционных академических занятий.

Гости, имея практику в сфере коммуникаций, стремятся всегда организовать диалог со слушателями, задают вопросы, вовлекают в беседу. Для студентов это возможность проявить себя, показать свою активность и профессиональную пылкость. Нередко со стороны гостей это поощряется фирменным мерчем.

Неотъемлемой частью встречи становится подготовка отчетного контента для размещения на коммуникационных площадках направления подготовки, факультета, университета.

### Заключение (Conclusion)

В реализации технологии peer learning прослеживаются общие черты, независимые от формы воплощения.

*Этап вовлечения* активно проявляется до начала мероприятия, в момент обсуждения концепции события и подготовки проекта. Он же завершает мероприятие, когда студенты дают обратную связь, формируют пожелания для организации следующего мероприятия.

*Этап формирования ответственности и уверенности в собственных силах* приходится на процесс реализации проекта, когда от действий одного члена команды подчас зависит общий результат работы группы. По окончании мероприятия важно подчеркнуть роль каждого студента, обозначив его вклад в общий процесс.

*Индивидуальный подход* прослеживается на этапе, сопряженном с вовлечением в процесс, когда студенты, понимая суть предстоящего события, осознают свои сильные стороны и принимают решение выполнять определенные роли, раскрывающие не только их как личность, но и как будущих специалистов.

*Оценка эффективности* технологии peer learning находится в плоскости получения обратной связи, которую можно реализовать в разных формах — как устной, так и письменной. Более уместен устный вариант с открытыми вопросами, позволяющий вовлекать в процесс обсуждения всех участников события, независимо от того, какую роль они выполняли. Обсуждаемые вопросы должны быть направлены на три аспекта:

1. В чем вы видите достоинства мероприятия? Здесь оцениваются организационные, технические особенности самого процесса, контент-наполнение события.

2. Укажите недостатки. С чем они были связаны?

3. Оценка перспективы: чего хотелось бы добавить в следующий раз? от чего отказаться?

На все блоки вопросов удается получить развернутые ответы, всегда есть ресурсы для совершенствования события. Опрос позволяет сделать вывод, что каждое событие технологии peer learning по-настоящему живое, динамичное, меняющееся во времени и пространстве.

Важно подчеркнуть, что оценка эффективности должна коррелировать во времени с окончанием мероприятия. В противном случае на память студента начинают накладываться другие события — это может быть сдача сессии, внеучебные мероприятия, контрольная неделя, и порой важное забывается и утрачивает актуальность.

Контент, размещаемый в соцсетях по итогам мероприятия peer learning, демонстрирует высокие показатели вовлеченности. Об этом свидетельствует контент-анализ аккаунта кафедры ([vk.com/ifisk\\_omgtu](https://vk.com/ifisk_omgtu)), в котором зафиксированы основные открытые показатели вовлеченности (просмотры, лайки, комментарии, репосты) (см. табл.). В базу анализа вошел только контент, подготовленный обучающимися самостоятельно, период — за последние полгода. Анализировались посты, созданные на основе текста, сопровождаемого иллюстративным материалом (фотографии, видео, лейдинг, инфографика и т. д.). Обращаем внимание, что на 23 августа 2023 г. количество подписчиков аккаунта составляло 310.

Технология peer learning, внедряемая в процесс обучения, не исключает академического подхода к образованию, скорее органично дополняет его, позволяя вовлекать студентов в образовательный процесс, формировать чувство ответственности, уверенности в себе, а также выявлять индивидуальные черты будущего профессионала.

Формы реализации технологии peer learning могут быть самыми разнообразными. В ОмГТУ на направлении подготовки «Реклама и связи с общественностью» основными являются встречи с представителями профессионального сообщества, профессиональный праздник День специальности и PR-квест как форма реализации игротворчества.

Медийная специальность — это огромный потенциал возможностей реализации технологии peer learning. В статье мы обозначили лишь реализуемые на постоянной основе мероприятия направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» ОмГТУ. Отдельные элементы технологии используются здесь в рамках учебной и внеучебной деятельности.

Технология peer learning позволяет сделать учебный процесс по-настоящему интересным, творческим, креативным; вносит в обучение ноту эмоциональности и экспрессивности; сближает студентов между собой и студенческий коллектив с преподавателями.

Неотъемлемой частью технологии peer learning становятся элементы эдьютейнмента, позволяющие не только развлекать ребят, но и формировать профессиональные компетенции через игротворчество, раскрывая безграничный потенциал ребят, вовлекая их в процесс обучения, удерживая хрупкое внимание студентов.

Выполнение определенных профессиональных задач способствует формированию портфолио, которое при тру-

**Фрагмент контент-анализа аккаунта vk.com/ifisk\_omgtu  
(посты представлены в хронологической последовательности)**

№ п/п	Название поста	Просмотры	Лайки	Комментарии	Репосты
1	Чат-бот	462	14	2	3
2	Мэджик, или Как спасти голодного студента (о работе буфета)	1,2 К	31	9	11
3	Как остаться в ресурсе «политех эдишен»	438	14	4	1
4	Быть или не быть? Или три причины, чтобы стать рекламщиком	318	10	1	2
5	Тайм-менеджмент для студентов	333	11	1	1
6	Современная русская культура — миф или реальность?	278	8	1	2
7	Что такое нетворкинг: как и зачем заводить полезные знакомства студентам?	265	8	1	–
8	Soft и Hard skills: что это такое и с чем их едят?	254	10	1	1
9	Визит директора рекламного агентства «Гринвич»	238	10	–	1
10	PR-квест	507	32	2	4

доустройстве можно предъявить работодателю в качестве кейса с решением конкретных профессиональных задач.

События, через которые преломляется технология реер learning, позволяют формировать корпоративную культуру, а также обеспечивать процесс адаптации и сближения коллектива.

Для вуза организация подобных медийных событий — это вклад в имидж, способствующий позиционированию его как структуры, раскрывающей творческий потенциал студентов и одновременно содействующей профессионализации.

**Библиографический список**

1. Бельчусов А. А. Сетевые сообщества учителей и их роль в повышении эффективности дистанционных конкурсов // Вестн. Чуваш. гос. пед. ун-та им. И. Я. Яковлева. 2011. № 3 (71), ч. 2. С. 25–31.
2. Рогачева Е. Ю. Американские университеты как источники профессионального развития Джона Дьюи и его научных взглядов // Проблемы современного образования. 2019. № 2. С. 117–127.
3. Рогачева Е. Ю. Воспитание детей в семье Джона Дьюи // Историко-педагогический журнал. 2013. № 2. С. 81–97.
4. Авраменко А. П. Методика применения мобильных технологий в преподавании иностранных языков: этапы развития и современные тенденции // Науч. ведомости Белгор. гос. ун-та. Сер. : Гуманитарные науки. 2013. № 6 (149), вып. 17. С. 36–42.
5. Кузнецова С. А. Образовательные идеи Ивана Иллича в свете современных культурных трансформаций // Социология. 2018. № 1. С. 194–197.
6. Захарова А. И. Дополнительное образование детей сквозь призму концепции образования социолога Ивана Иллича // Вестник экономики, права и социологии. 2011. № 2. С. 200–204.
7. Итинсон К. С. Массовые открытые онлайн курсы и их влияние на высшее образование // Карельский научный журнал. 2019. Т. 8, № 3 (28). С. 15–17.
8. Кухаренко В. Н. Инновации в e-Learning: массовый открытый дистанционный курс // Высшее образование в России. 2011. № 10. С. 93–99.
9. Итинсон К. С. Коннективизм — обучение в цифровую эпоху // Балтийский гуманитарный журнал. 2021. Т. 10, № 4 (37). С. 96–98.
10. 'PGR Connections': Using an Online Peer- Learning Pedagogy to Support Doctoral Researchers / C. Wilson, R. Arshad, M. Sapouna [et al.] // Innovations in Education and Teaching International. 2023. Vol. 60, issue 3. P. 390–400. DOI: 10.1080/14703297.2022.2141292
11. Peer Learning in Higher Education: Patterns of Talk and Interaction in Skills Centre Simulation / A. Havnes, B. Christiansen, I. T. Bjørk, E. Hessevaagbakke // Learning, Culture and Social Interaction. 2016. No. 8. P. 75–87.
12. Transitioning to Peer Learning: Lessons Learned / R. K. Lee, M. Cohen, N. David, T. Matalon // Journal of the American College of Radiology. 2021. Vol. 18, issue 3, part B. P. 499–506. DOI: 10.1016/j.jacr.2020.09.058
13. Tuzlukaya Ş., Şahin N. G. G., Cigdemoglu C. Extending Peer-Led Team Learning to Management Education: The Effects on Achievement, Critical Thinking, and Interest // The International Journal of Management Education. 2022. Vol. 20, issue 2. P. 100616. DOI: 10.1016/j.ijme.2022.100616
14. Polkowski Z., Jadeja R., Dutta N. Peer Learning in Technical Education and It's Worthiness: Some Facts Based on Implementation // Procedia Computer Science. 2020. Vol. 172. P. 247–252. DOI: 10.1016/j.procs.2020.05.039
15. How Social Media and Peer Learning Influence Student-Teacher Self-Directed Learning in an Online World Under the 'New Normal' / P. Pimdee, A. Ridhikerd, S. Moto [et al.] // Heliyon. 2023. Vol. 9, issue 3. P. e13769. DOI: 10.1016/j.heliyon.2023.e13769

16. Gong H. J., Kwon J., Brock M. Experiential Learning Through a Peer Learning Assistant Model in STEM // *Educational Research*. 2022. Vol. 64, issue 3. P. 317–333. DOI: 10.1080/00131881.2022.2096092
17. Ильичева В. В., Кузьменкова К. Е., Громова Е. Б. Технологии peer learning и edutainment в развитии профессиональных компетенций студентов медийных специальностей // *Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер. : Литературоведение. Журналистика*. 2022. Т. 27, № 1. С. 158–170.
18. Idris A., Ion G., Seery A. Peer Learning in International Higher Education: The Experience of International Students in an Irish University // *Irish Educational Studies*. 2019. Vol. 38, issue 1. P. 1–24. DOI: 10.1080/03323315.2018.1489299
19. Kamei K., Ashworth J. Peer Learning in Teams and Work Performance: Evidence from a Randomized Field Experiment // *Journal of Economic Behavior & Organization*. 2023. Vol. 207. P. 413–432. DOI: 10.1016/j.jebo.2023.01.015
20. Liao Ch.-H., Wu J.-Y. Deploying Multimodal Learning Analytics Models to Explore the Impact of Digital Distraction and Peer Learning on Student Performance // *Computers & Education*. 2022. Vol. 190. P. 104599. DOI: 10.1016/j.compedu.2022.104599
21. Макаров А. А., Чикалова Л. С. Мероприятия «событийного» маркетинга в высших учебных заведениях: обзор практики и перспектив применения // *Вестн. Шадр. гос. пед. ун-та*. 2021. № 2 (50). С. 126–131.
22. Волкова И. И., Уразова С. Л., Писарева М. Н. Критерии формирования коммуникативного пространства в студенческой среде: погружение в творчество // *Учен. зап. Забайкал. гос. ун-та*. 2020. Т. 15, № 1. С. 75–81.
23. Кармалова Е. Ю., Ханкеева А. А. Эдьютейнмент: понятие, специфика, исследование потребности в нем целевой аудитории // *Вестн. Челяб. гос. ун-та*. 2016. № 7 (389), вып. 101. С. 64–71.