

## ВИЗУАЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ МОТИВАЦИИ К КРЕАТИВНОМУ ПИСЬМУ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ

Рассматривается вопрос повышения мотивации к иноязычному креативному письму. В связи с тем, что существуют студенты, которых некоторые техники креативного письма не мотивируют на создание креативных текстов (фрирайтинг, автоматическое письмо), мы предлагаем использование визуальных материалов для решения данной методической проблемы. Анкетирование, в котором приняли участие студенты III–IV курсов факультета гуманитарного образования Новосибирского государственного технического университета, обучающихся по направлению подготовки «Лингвистика», показало, что 54 % респондентов нуждаются в использовании изобразительных опор при создании креативного текста. Целями представленного исследования являются изучение критериев отбора визуальных материалов и рассмотрение возможностей их применения в процессе креативного письма (в частности, на занятиях по немецкому языку в неязыковом вузе). В конце статьи подводятся итоги и анализируются полученные результаты.

**Ключевые слова:** *креативное письмо, иноязычная письменная речь, изобразительная наглядность, повышение мотивации к иноязычному креативному письму.*

Когда возникает вопрос о повышении мотивации к иноязычной письменной речи, то преподаватель прибегает к различным «инструментам», методикам, способным решить данную проблему. Именно такой методикой является креативное письмо. Однако на практике не все техники креативного письма способны решить указанную выше методическую проблему. Точнее, как показывает наш педагогический опыт, существуют студенты, которых такие техники, как «автоматическое письмо» и «фрирайтинг» (англ. Free-Writing), не подвигают на создание креативного текста. В этом случае, на наш взгляд, можно прибегнуть к использованию изобразительной наглядности.

Обозначим цели представленного исследования:

1. Изучить критерии отбора визуальных материалов.
2. Рассмотреть возможности применения визуальных материалов в процессе креативного письма (в частности, на занятиях по немецкому языку в неязыковом вузе).

Изображения приковывают взгляд, вызывают различные эмоции, вдохновляют на создание новых произведений, а также развивают фантазию. Существует немецкая пословица „Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte“ (рус.: «Картина скажет 1000 слов»). Данная пословица не нуждается в комментариях, но подчеркивает одну из основных, на наш взгляд, ценностей изобразительной наглядности: информативность, ведь до 70–80 % информации человек получает по визуальным каналам [1, с. 247]. Кроме того, одним из несомненных достоинств использования изобразительной наглядности в учебном процессе считается повышение мотивации к учебной деятельности и создание стимула к речевому общению [2–4].

Как известно, рассматривая картину или фотографию, люди видят подчас совершенно разные вещи. И в этом содержится еще одно преимущество изобразительной наглядности: возможность выразить свой личный взгляд на мир.

Под **наглядностью** Р. К. Миньяр-Белоручев понимает «дидактический принцип обучения, провозглашающий эффективность живого восприятия предметов и явлений окружающего нас мира в процессе его изучения» [5, с. 59]. Термин «**изобразительная нагляд-**

**ность»** имеет широкое значение. Он включает различные виды живописи, фотографии, иллюстрации из газет и журналов, рисунки, в том числе сделанные самими учащимися, коллажи, плакаты, схемы, постеры, а также видеоматериалы и компьютерную графику.

При обучении иностранному языку к наглядности относят демонстрацию предметов, рисунков, картин, схем, таблиц, учебных фильмов и других видеоматериалов [5, с. 59]. Мы же в рамках данного исследования рассмотрим возможность использования фотографий, репродукций картин, рисунков (обозначим их термином **«визуальные материалы»**) в процессе иноязычного креативного письма. Уточним, что под **креативным письмом** мы будем понимать вслед за К. Spinner письмо, «которое не воспроизводит заданный образец, а использует собственную изобразительную силу пишущего» [6, с. 108].

Большинство исследователей указывает на необходимость применения изобразительной наглядности в процессе как школьного, так и вузовского обучения. Вопрос наглядности в обучении исследовали П. П. Блонский, Г. А. Гиппиус, А. Дистервег, Я. А. Коменский, М. И. Махмутов, Э. Торндайк и др. В работах указанных выше исследователей была определена роль наглядности в обучении и воспитании, сформированы методы и приемы, разработаны методики наглядного преподавания общеобразовательных дисциплин, созданы классификации наглядности и системы требований к ней.

Что касается изобразительной наглядности на занятиях по иностранному языку, то данную проблему в своих исследованиях освещали Б. В. Беляев, Р. К. Миньяр-Белоручев, А. А. Миролюбов, Г. В. Рогова и др., а также следующие представители современной немецкой дидактики в контексте преподавания немецкого языка как иностранного: U. Abraham, M.-L. Brandi, M. Dehn, M. Charpentier, M. Fix, H. Funk, M. Harms, H. Melenk, W. Nöth, T. Scherling, H.-F. Schuckall, J. Wolfrum, Chr. Zopfi и др.

Насколько необходимы визуальные материалы при обучении иноязычному креативному письму? Мы прибегли к эмпирическому методу исследования «анкетирование» с целью выявления мотивации к креативному письму. В анкетировании приняли участие студенты III–IV курсов факультета гуманитарного образования Новосибирского государственного технического университета, обучающиеся по направлению подготовки «Лингвистика», – в общей сложности 39 респондентов.

Респондентам предлагалось среди прочих ответить на следующий вопрос: «Нужны ли вам какие-либо опоры для управления предметным содержанием и смыслом творческого письменного высказывания?» На данный вопрос 90 % респондентов (35 человек) ответили утвердительно и лишь 10 % (4 человека) – отрицательно.

На вопрос «Какого типа опоры вам нужны для управления предметным содержанием и смыслом творческого письменного высказывания?» были предложены следующие варианты ответа: а) вербальные (словесные); б) изобразительные (иллюстративные); в) вербально-изобразительные.

Лишь 10 % респондентов (4 человека) выбрали вариант ответа «вербальные опоры»; для 36 % респондентов (14 человек) необходимо применение вербально-изобразительных опор, а наибольшее количество респондентов – 54 % (21 человек) – указали на необходимость использования изобразительных опор.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что большинству студентов необходимы опоры в процессе создания иноязычного креативного текста, а именно **изобразительные опоры**.

Уточним, что под **креативным текстом** понимают некое смысловое единство, «отражающее процесс познания окружающего мира автором и познания себя как личности в этом мире» [7, с. 5]. Данный текст, являющийся способом самовыражения, а также комму-

никации с другими людьми, должен быть оригинальным или содержать оригинальные элементы.

J. Wolfrum также указывает на необходимость использования визуальных материалов при обучении иноязычному креативному письму: «...использование визуальных стимулов является, безусловно, продуктивным, причем речь идет не о традиционном на занятиях по иностранному языку описании изображений, а о креативном пути от наглядности к письменности» [4, с. 48]. Говоря о «креативном пути от наглядности к письменности», J. Wolfrum указывает на основное отличие креативного письма от точного описания изображения: при первом «пишущий сам выбирает, будет ли он описывать изображенное или какую-либо его деталь или идею, которая приходит ему в голову при рассмотрении изображения, или же чувства и эмоции, которые пишущий испытывает, глядя на него» [4, с. 50]. Как подчеркивает Н. Г. Кизрина, «при выполнении традиционных упражнений в описании студенты опираются лишь на вербальное мышление, а творческое образное мышление остается пассивным» [7, с. 102]. Для активации последнего типа мышления исследователь рекомендует предлагать студентам упражнения в описании предметов и сюжетов, которые они должны самостоятельно «дофантазировать», т. е. изобразительные сюжеты могут быть «расплывчатыми, неясными, нечеткими» [7, с. 102].

Кроме указанных выше преимуществ изобразительной наглядности (развитие фантазии; информативность; возможность выразить свою индивидуальность, свой взгляд на мир; повышение мотивации к учебной деятельности и создание стимула к письму) существуют и иные. Изобразительная наглядность может:

- стать основой для проблемно-ориентированных заданий, провоцируя тем самым обучающихся на столкновение мнений. Речь идет о заданиях такого типа: «отгадайте, что изображено на картине/фотографии/рисунке», «воссоздайте целое изображение по представленным фрагментам», «составьте историю на основе изображения» и т. д.;
- дать информацию социокультурного характера по изучаемой теме;
- стать стимулом для коммуникации.

Мы полагаем, что перечисленные преимущества изобразительной наглядности служат достаточным основанием для ее применения *с целью повышения мотивации к иноязычному креативному письму*.

Рассмотрим **критерии отбора визуальных материалов**. Список составлен нами на основе изученной научной литературы по проблеме применения визуальных материалов в процессе креативного письма [3 с. 26; 4, с. 48–49; 8, с. 25]. Критерии расположены в списке по мере убывания их значимости:

1. Целевая группа (возраст, пол, интересы). Как подчеркивает J. Wolfrum, оценка того, насколько визуальный материал соответствует определенной целевой группе, дается нелегко, огромное значение здесь имеет педагогический опыт [4, с. 49]. Очевидно, что подростков интересуют иные изображения, чем взрослых и детей. Целевая группа «студенты» также предполагает тщательный отбор материала.

2. Картины, скульптуры, фотографии в качестве стимула к письму должны быть достаточно выразительными, т. е. затрагивать чувства, эмоции, вдохновлять на появление идей, подталкивать к размышлению, мотивируя тем самым на создание креативного текста. В идеале визуальные материалы должны обладать «элементом неясности», заставляя пишущего задуматься.

3. Критерий открытости (в пространственном, временном, культурном, социальном измерениях). Чем более открытым в указанном выше плане являются фотографии и картины, тем в большей степени они мотивируют к языковым интерпретациям [9, с. 33]. Мы пони-

маем данный критерий таким образом: изображение не должно иметь «узкую направленность», т. е. должно быть доступным для понимания широкой аудитории.

4. При выборе визуального материала нужно учитывать особенности восприятия представителей различных культур. Это означает, что могут возникнуть проблемы с декодированием изображения, или же интерпретации могут иметь характер клише [10, с. 28]. В то же время J. Wolfrum рассматривает такие ситуации в межкультурном учебном процессе как шанс ознакомить учащихся с реалиями страны изучаемого языка. В таком случае возникшие интерпретации, клише, недоразумения необходимо обсуждать и разьяснять [4, с. 49].

5. Как подчеркивают многие исследователи, стоит отдавать предпочтение изображениям с большим количеством деталей для того, чтобы учащиеся имели возможность выбора и сами могли решить, на каком фрагменте они хотели бы сосредоточиться.

6. Высокой степенью мотивации к письму обладают так называемые ситуативные фотографии и картины, т. е. те, на которых два или три человека разговаривают друг с другом либо взаимодействуют каким-либо образом [4, с. 49].

Что касается возможностей применения визуальных материалов в процессе креативного письма, то следует указать следующие:

1. Комбинирование техники «креативное письмо на основе визуальных материалов» с методом свободных ассоциаций, а именно с ассоциативными техниками фрирайтинг (от англ. Free-Writing – «свободное письмо») и Clustering, т. е. создание Cluster-карт (от англ. cluster – «скопление»). В рамках представленного исследования мы не считаем целесообразным подробное описание данных ассоциативных техник. Обозначим лишь, что фрирайтинг – это перенос мыслей, образов, идей на бумагу без контроля, цензуры и акцента на орфографии. Под созданием Cluster-карт понимается составление ассоциограмм, в качестве ядра которых выступают изображения. Затем на основе ассоциограммы пишется креативный текст. Подчеркнем, что процесс создания ассоциограммы может происходить как индивидуально, так и в коллективе. Последний вариант предпочтителен в группах, где обучающиеся имеют низкий уровень владения иностранным языком (A2 согласно Европейской системе уровней владения иностранным языком).

2. Эмпатия. Под эмпатией понимается метод «вживления», так называемое превращение в других людей, животных, растения и предметы, которые изображены на картине/рисунке/фотографии. Цель данной техники состоит в том, чтобы посредством чувственно-образных и мысленных представлений научить «переселяться» в изучаемый объект, чувствовать и познавать его изнутри. Через самонаблюдение и самоанализ происходит постижение образа. Те мысли, чувства и ощущения, которые при этом возникают, и есть креативный процесс, конечным продуктом которого является креативный текст – история объекта от первого лица в письменной форме.

3. Рисование и письмо [4, с. 51]. В этом случае «художниками» являются сами студенты, при этом качество изображений не играет никакой роли. Здесь задействованы личные переживания, эмоции студентов, отражен их внутренний мир, а следовательно, повышается мотивация к письму – вот неоспоримое достоинство данной техники. Процесс рисования и письма может происходить одновременно или последовательно. G. Bräuer видит в объединении этих процессов следующие преимущества: происходит одновременный тренинг образного и понятийного мышления. Кроме того, чередование процессов создания изображения и письма помогает справиться со страхом начать писать (цит. по: [4, с. 51]).

Приведем примеры использования визуальных материалов для создания иноязычного креативного текста на занятиях по немецкому языку со студентами III–IV курсов факульте-

та гуманитарного образования Новосибирского государственного технического университета, обучающимися по направлению подготовки «Лингвистика».

Сильнейшим стимулом для написания креативных текстов служат картины известных художников, в связи с чем мы предложили студентам третьего курса создать текст к картине М. Шагала «Прогулка» (рис. 1).



Рис. 1. М. Шагал. Прогулка

В итоге одна из студенток написала нижеследующий текст под названием „Ein Frühlingstraum“:

Mir ist schwindelig. Ich mache die Augen auf... Ach! Ich fliege in der Luft! Unter mir liegen hunderte von kleinen Häuschen, eine Kirche, eine Wiese, auf der friedlich ein paar Pferde weiden. Ich bin federleicht und könnte wegfliegen... Aber ein Unbekannter hält mich an der Hand. „Wer bist du?“ frage ich. Er sagt kein Wort und legt die Hand vor den Mund. Ich will ihn so vieles fragen, aber ich verstehe irgendwie, dass ich schweigen soll, sonst kann unser Flug enden. Er geht über die Dächer, und ich fliege... Ich bin so glücklich, wie nie im Leben. Er hält einen Vogel in der Hand und lässt ihn plötzlich frei. Mir ist wieder schwindelig. Ich erwache in meinem Bett und höre, wie ein Vogel an das Fenster klopft...

В данном примере мы видим использование техники «эмпатия», так называемого вживления в образ (суть данной техники была описана выше). Указанная выше техника очень часто используется студентами при описании портретов. Они могут «дофантазировать»

судьбу изображенного персонажа, описать его внутренний мир, выбрав различные формы описания: запись в дневнике, письмо третьему лицу, автобиографическую справку, стихотворение и т. д.

На наш взгляд, в качестве визуального материала можно использовать следующие произведения известных художников, так как они отвечают всем указанным выше критериям отбора (мы разделили их на группы «пейзаж», «портрет», «ситуативные картины», «абстрактные картины»):

1. «Пейзаж»: «Весна в Париже» Р. Боре, «Мост Ватерлоо. Эффект тумана» К. Моне, «Лунная ночь» А. И. Куинджи.

2. «Портрет»: «Портрет Камиль Моне в красном платке» К. Моне, «Портрет четы Сислей» и «Девушка в соломенной шляпе» О. Ренуара, «Пианистка» И. Е. Репина.

3. «Ситуативные картины»: «Шляпный магазин» А. Маке, «Скрипач» А. Остаде, «Служанки» П. Пикассо.

4. «Абстрактные картины»: «Композиция IV» В. В. Кандинского, «Серое дерево» П. Мондриана, «Номер 5, 1948» Дж. Поллока, «Медитация» Г. Рихтера, целая серия картин испанского художника Я. Хортала и др.

Отдельно подчеркнем высокую степень мотивации к письму *«ситуативного» визуального материала*. Речь идет о картинах, фотографиях, которые называют «говорящими». Они провоцируют, поражают, вызывают любопытство, могут рассмешить, подтолкнуть к спору, дискуссии. Кстати, студенты сами могут выбрать фотографии такого рода и принести их на занятие. Ниже следуют варианты того, каким может быть конечный продукт работы с «ситуативным» визуальным материалом (список далеко не полный, так как фантазия границ не имеет):

- внутренний монолог изображенных персонажей;
- предыстория изображенных событий;
- рассказ о последующих событиях, которые произойдут после изображенных;
- письмо/рассказ от лица изображенных персонажей третьим лицам;
- описание эмоций и ощущений смотрящего на фотографии и т. д.

В качестве «ситуативной» нами была выбрана фотография, на которой изображены два попугая, ведущие очень эмоциональную «беседу» (рис. 2):



Рис. 2. «Два попугая»

На основе данной фотографии был создан следующий диалог:

– Hey, Freund, was ist los? Warum bist du so traurig?

– Ach! Ich habe gestern Nietzsche gelesen. Wie muss ich weiter leben?

– Nietzsche?! Was soll das? Wir sind doch zwei Papageien... Wir sind schön, haben was zu essen. Was braucht man noch?

– Schönheit ist nicht alles. Und Essen... Wir essen um zu leben und nicht umgekehrt! Du verstehst mich nicht. Ich bin so müde von Dummköpfen um mich herum!

– Beruhige dich! Du hast einfach etwas Falsches gegessen, deshalb hast du eine so schlechte Laune. Morgen soll alles anders sein.

– Nein! Nie wird es anders sein. Ich beneide die Menschen. Sie sind so klug. Sie haben eine Atombombe erfunden... Warum haben wir, Papageien, sie als erste nicht erfunden?

– Keine Sorge, mein Freund! Du wirst bestimmt auch etwas erfinden.

– Etwas?! Ich will kein „Etwas“, ich will eine Atombombe!

– Ja, ja. Und das ist gerade der Grund, warum die Papageien nur schön sein müssen...

Данный диалог можно оценить как креативный, очень эмоциональный, написанный «живым» разговорным языком. На основе фотографии возникло большое количество оригинальных диалогов, что говорит о правильном выборе материала, действительно мотивирующего на создание креативного продукта, способствующего появлению оригинальных идей и образов.

В качестве визуальных материалов иногда используются рисунки самих обучающихся. Например, мы попросили студентов нарисовать «счастье» так, как они себе его представляют. Далее мы применили метод свободных ассоциаций, а именно технику „Clustering“, т. е. студенты записывали все свои ассоциации к понятию «счастье» и создали ассоциогамму, в качестве ядра которой выступал их собственный рисунок. Затем на основе рисунка и ассоциогаммы был написан креативный текст. Ниже следует текст студента под названием „Das Glück ist, wenn...“ («Счастье – это...»).

Das Glück ist ein genug relativer Begriff. Heute ist das Glück für mich eine laute Party mit den Freunden. Morgen ist es ein stiller Tag im Winter, wenn der weiche Schnee in großen Flokken fällt... Es gibt Glück, und es gibt Träume. Das Glück ist, was wir heute haben. Der Traum ist, was morgen passiert. Man muss jeden Augenblick seines Lebens genießen. Früher glaubte ich, dass das Glück irgendwann kommen sollte. Und dann verstand ich, dass man einfache Dinge als Glück betrachten muss. Das Glück sind die Menschen herum. Das Glück besteht auch in kleinen Freuden des Lebens: ein leckeres Dessert, ein guter Film, ein interessantes Buch, eine Winterwanderung, der Sommerregen, gute Erinnerungen, ein gelungenes Foto... Ein teures Auto, modische Kleidung und ein Haus in Miami... Viele nennen es auch „das Glück“. Triff richtige Entscheidung!

Что касается процесса креативного письма на основе визуального материала, то он состоит из следующих фаз:

**1. Подготовка к написанию.** На данном этапе происходит поиск идеи будущего креативного текста. Очень продуктивным является использование метода свободных ассоциаций, а именно составление Cluster-карт (ассоциогамм).

**2. Написание текста.** Собственно оформление мыслей и идей на бумаге. В начале данной фазы не рекомендуется делать акцент на орфографии, грамматике и лексике, а также на стилистическом оформлении текста, так как это может препятствовать творческому процессу.

**3. Редактирование.** На этапе редактирования креативный продукт изучается на различных уровнях: лексико-семантическом и синтаксическом, происходит оформление окон-

чательного варианта творческого письменного высказывания. После авторской редакции текста возможна его корректировка в парах или малых группах (по 3–4 человека). Мы полагаем, что до начала работы над текстом преподаватель должен дать участникам группы установку на исключительно конструктивную критику. Обозначив какую либо ошибку или неточность, они могут предложить автору свои варианты корректировки. Как будет происходить этап редактирования – индивидуально, в парах или в малых группах – это должен решать сам педагог, исходя из учебной ситуации, целей и задач конкретного учебного модуля.

**4. Презентация.** На данном этапе происходит предъявление креативного продукта автором внутри малой группы или же презентация перед всей подгруппой, посещающей занятия по данному иностранному языку. Также возможна «публикация» текстов на общем электронном адресе группы (E-mail) или сайте группы, если таковой создан; «публикация» в стенной газете или на стенде, пробковой доске (в кабинете, где преподается иностранный язык).

Обозначим **выводы**, к которым мы пришли в процессе креативного письма на основе визуальных материалов:

1. Наличие визуальных материалов безусловно облегчает процесс создания креативного текста (ср. с автоматическим письмом, когда у пишущих нет никаких опор), что отмечали сами студенты в ходе беседы, проведенной после фазы презентации текстов.

2. Использование визуальных материалов способствует повышению мотивации к иноязычному креативному письму. Мы связываем это с тем, что подобранные визуальные материалы соответствовали многим критериям отбора. Например, они соответствовали целевой группе, подталкивали к размышлению, затрагивали эмоции студентов, вдохновляли на создание креативного текста, являлись доступными для понимания широкой аудитории, имели большое количество деталей, многие из них были «ситуативными».

3. Визуальные материалы в процессе креативного письма развивают воображение, фантазию, а значит, и творческие способности студентов. Тексты, созданные при использовании визуальной опоры, были написаны более ярким, «живым» языком, с большим количеством сравнений, эпитетов.

4. Необходимо предлагать студентам задания креативного типа, т. е. отходить от стандартного описания изображений. В этом случае происходит активация творческого образного мышления, и тексты студентов будут соответствовать характеристикам креативного продукта (дефиниция креативного текста приводится в начале статьи). Большинство работ студентов отражали личность автора, его внутренний мир, были оригинальными или держали оригинальные элементы.

Таким образом, все вышесказанное указывает на то, что визуальные материалы способствуют решению методической проблемы «повышение мотивации к иноязычному креативному письму», а значит, необходимость их применения при учете соответствующих критериев отбора, а также типов заданий очевидна.

### Список литературы

1. Harms M. Augen auf im Fremdsprachenunterricht – psychologische und didaktische Aspekte des Lernens mit Bildmedien // Grenzen überschreiten. Menschen, Sprachen, Kulturen. Festschrift für Inge C. Schwerdtfeger. Tübingen: Narr, 2005. S. 245–256.
2. Charpentier M. Entdecken – Erzählen – Schreiben. Kunstbilder als Schreib- und Bildungsanlass im Unterricht // Fremdsprache Deutsch. 1997. № 2. S. 9–13.
3. Dehn M. Zu einem Bild schreiben // Praxis Deutsch. 2000. Heft 161. S. 26–28.



4. Wolfrum J. *Kreativ schreiben. Gezielte Schreibförderung für jugendliche und erwachsene Deutschlernende (DaF/DaZ)*. 1. Aufl. Ismaning: Hueber Verlag, 2010. 183 S.
5. Миньяр-Белоручев Р. К. *Методический словарь. Толковый словарь терминов методики обучения языкам*. М.: Стелла, 1996. 146 с.
6. Spinner K. *Kreativer Deutschunterricht*. Seelze: Kallmeyer Verlag, 2001. 192 S.
7. Кизрина Н. Г. *Обучение студентов третьего курса языкового вуза креативному письму (немецкий язык): дис. ... канд. пед. наук*. Н. Новгород, 2009. 177 с.
8. Zopfi Chr., Zopfi E. *Leichter im Text. Ein Schreibtraining*. Bern: Zytglogge, 2001. 128 S.
9. Scherling T., Schuckall H.-F. *Mit Bildern lernen. Handbuch für den Fremdsprachenunterricht*. Berlin, München: Langenscheidt, 1992. 191 S.
10. Faistauer R. *Wir müssen zusammen schreiben. Kooperatives Schreiben im fremdsprachlichen Deutschunterricht*. Innsbruck, Wien: Studien Verlag, 1997. 212 S.

Макарова Ю. А., ст. преподаватель, соискатель.

**Новосибирский государственный технический университет.**

Пр. Карла Маркса, 20, корп. 6, Новосибирск, Россия, 630073.

E-mail: Julimakarova@rambler.ru

*Материал поступил в редакцию 08.02.2016.*

*Yu. A. Makarova*

#### **VISUAL MATERIALS TO INCREASE MOTIVATION FOR CREATIVE WRITING IN A FOREIGN LANGUAGE**

The present article considers the motivation for Creative writing in a foreign language. Even such techniques of Creative writing as Automatic writing and Free Writing do not motivate some students to write creative texts. We see the solution to this methodology problem in employing visual materials. We organized a questionnaire for third- and fourth-year Linguistics students of the Humanitarian Department at Novosibirsk State Technical University. According to the questionnaire 54 % respondents need visual materials for writing creative texts. The purposes of research are to study the selection criteria of visual materials and to consider the possibilities for using them in a Creative writing process (in particular at German lessons at non-linguistic universities). Finally, the key findings are analyzed.

**Key words:** *Creative writing, writing in a foreign language, visual materials, ways to increase motivation for Creative writing in a foreign language.*

#### **References**

1. Harms M. *Augen auf im Fremdsprachenunterricht – psychologische und didaktische Aspekte des Lernens mit Bildmedien. Grenzen überschreiten. Menschen, Sprachen, Kulturen. Festschrift für Inge C. Schwerdtfeger*. Tübingen, Narr, 2005. S. 245–256.
2. Charpentier M. *Entdecken – Erzählen – Schreiben. Kunstbilder als Schreib- und Bildungsanlass im Unterricht. Fremdsprache Deutsch*, 1997, no. 2, S. 9–13.
3. Dehn M. *Zu einem Bild schreiben. Praxis Deutsch*, 2000, Heft 161, S. 26–28.
4. Wolfrum J. *Kreativ schreiben. Gezielte Schreibförderung für jugendliche und erwachsene Deutschlernende (DaF/DaZ)*. 1. Aufl. Ismaning, Hueber Verlag, 2010. 183 S.
5. Min'yar-Beloručev R. K. *Metodicheskiy slovník. Tolkovyy slovar' terminov metodiki obučeniya yazykam* [Methodological gloss. Dictionary of language teaching methodology]. Moscow, Stella Publ., 1996. 146 p. (in Russian).
6. Spinner K. *Kreativer Deutschunterricht*. Seelze, Kallmeyer Verlag, 2001. 192 S.

7. Kizrina N. G. *Obucheniye studentov tret'ego kursa yazykovogo vuza kreativnomu pis'mu (nemetskiy yazyk)*: Dis. kand. ped. nauk [Teaching Creative writing for third-year students at a linguistic university (German). Thesis of cand. ped. sci.]. Nizhniy Novgorod, 2009. 177 p. (in Russian).
8. Zopfi Chr., Zopfi E. *Leichter im Text. Ein Schreibtraining*. Bern, Zytglogge, 2001. 128 S.
9. Scherling T., Schuckall H.-F. *Mit Bildern lernen. Handbuch für den Fremdsprachenunterricht*. Berlin, München, Langenscheidt, 1992. 191 S.
10. Faistauer R. *Wir müssen zusammen schreiben. Kooperatives Schreiben im fremdsprachlichen Deutschunterricht*. Innsbruck, Wien, Studien Verlag, 1997. 212 S.

Makarova A. Yu.

**Novosibirsk State Technical University.**

Pr. Karla Marksa, 20, build. 6, Novosibirsk, Russia, 630073.

E-mail: Julimakarova@rambler.ru