

MOTIVES OF TOURISM STUDENTS FOR THE CHOISE OF GERMAN AS A SECOND FOREIGN LANGUAGE

MOTIVE DER TOURISMUS-STUDIERENDEN FÜR DIE WAHL DES
DEUTSCHEN ALS ZWEITE FREMDSPRACHE

Orhan HANBAY¹

Abstract

The aim of this study was to determine which motives are decisive for the choice of the German in the elective course (second foreign language). To determine which motives are crucial were the respondents - students at the School of Hotel and Tourism Management at the University of Adiyaman (Adiyaman / Turkey) - asked to give their personal motives for choice. A total of 54 students participated, who has chosen German as elective course. The data were collected using a written survey with an open-ended question in the winter semester 2014/15. In the data analysis was used summarizing content analysis (one of the qualitative techniques). The results showed that the majority of students (52%) chose the German for ease of learning (as opposed to Arabic and Russian). Another 15% of respondents chose the German for professional purposes. And 33% of the students have chosen the German language from their inner motives such as desire, interest and love of German language and culture.

Keywords: Motivation, motive, German as a second foreign language.

Zusammenfassung

Das Ziel dieser Studie bestand darin, um zu ermitteln, welche Motive für die Wahl des Deutschen im Wahlpflichtfach (zweite Fremdsprache) entscheidend sind. Um zu ermitteln, welche Beweggründe entscheidend sind, wurden die Befragten - Studierende an der Hochschule für Hotel und Tourismusmanagement an der Adiyaman Universität (Adiyaman / Türkei) - gebeten, ihre persönlichen Wahlmotive anzugeben. Insgesamt nahmen 54 Studierende, die als Wahlpflichtfach Deutsch gewählt haben, teil. Die Daten wurden mithilfe einer schriftlichen Befragung mit einer offenen Frage im Wintersemester 2014/15 gewonnen. Bei der Datenauswertung wurde zusammenfassende Inhaltsanalyse (einer der qualitativen Techniken) verwendet. Die Ergebnisse zeigten, dass die Mehrheit der Studierenden (52%) das Deutsche aus leichter Erlernbarkeit (im Vergleich zu Arabisch und Russisch) gewählt haben. Andere 15% der Befragten haben das Deutsche für die berufliche Zwecke gewählt. Und 33% der befragten Studierende haben die deutsche Sprache aus ihren inneren Beweggründen wie zum Beispiel Wille, Interesse und Liebe zur deutschen Sprache und Kultur gewählt.

Schlüsselwörter: Motivation, Motiv, Deutsch als zweite Fremdsprache.

¹ Yrd. Doç. Dr., Adiyaman Üniversitesi, Türkçe ve Yabancı dil Öğretimi Uygulama ve Araştırma Merkezi.
orhanhanbay@gmail.com

EINLEITUNG

Der Begriff Motivation wurde in der Psychologie ab den 50er Jahren häufig erforscht und definiert (Grünewald 2006, S. 55). Im Fremdsprachenunterricht spielt Motivation eine große Rolle. Sie wird als entscheidender Faktor für effizientes Lernen angesehen: „Anders als bei der Muttersprache hängt der Erfolg des Zweit- / Fremdsprachenerwerbs stärker von der Persönlichkeit, ja dem Willen zur Sprache ab.“ (Butzkamm, 2002, 34).

Der Prozess von der Wahrnehmung eines Bedürfnisses bis zu dessen Erfüllung wird als Motivation bezeichnet (Kulbe 2009, 64). Im weiteren Sinne kann Motivation als die Gesamtheit der Prozesse, die zielgerichtetes Verhalten auslösen und aufrechterhalten, definiert werden (vgl. Rudolph 2007, 1; Schmalt & Heckhausen 1992). Mit anderen Worten: Motivation ist die Kraft, die Menschen in Bewegung setzt, um etwas zu tun, zu bekommen oder zu erreichen. Diese Kraft macht das Individuum aktiv, indem sie bereits vor einer Tätigkeit da ist.

Die Entstehung der Motivation lässt sich als Interaktion zwischen Motiven des Lerners und den motivierenden äußeren Situationsfaktoren begreifen (vgl. Grünewald 2006, 57). Demzufolge ist zu verstehen, dass es zwei wichtige Faktoren gibt, welche die Entstehung der Motivation des Lernenden ermöglichen (vgl. Seel 2003, 78):

1 Motive: Sie sind bei dem einzelnen Lernenden als Gegebenheiten vorhanden, zumal sie als Erwartungen und Wünsche zu betrachten sind

2 Situationsfaktoren: Sie bieten Inhalte und Informationen und spielen die Rolle eines Anlasses und Auslösers.

Die Motivationspsychologie unterscheidet zwischen primären und sekundären Motiven: 1) die primären Motive, die physiologischer bzw. biologischer Natur sind und nicht erlernt werden müssen (Hunger, Schlaf, Vermeidung von Schmerz) und 2) die sekundären Motive, die für diese Arbeit von Bedeutung sind, die maßgeblich von dem gesellschaftlichen Umfeld abhängen in dem sich eine Person befindet (vgl. Reizenzein, 2006, S. 245; Gonschorrek 2001, 85; Weinert 1998, 155).

(Sekundäre) Motive sind als überdauernde, relativ stabile und situationsunabhängige Wertungsdispositionen aufzufassen. Jedes Motiv umfasst eine definierte Inhaltsklasse von Handlungszielen. Aufgrund ihrer Stabilität und Veränderungsresistenz können Motive als Persönlichkeitsmerkmale angesehen werden, die Einfluss auf die Handlungsplanung von Individuen nehmen (vgl. Seel 2003, 78). Daher sind die Motive individuell sehr unterschiedlich und lassen sich als eine personenspezifische Disposition beschreiben, die das Verhalten einer Person in verschiedenen Situationen und Lebenslagen einprägen (vgl. Grünewald 2006, 55).

Für Apelt (vgl. 1981, 53) wirken mehrere Motive auf das Fremdsprachenlernen ein, wobei diese teilweise auch ineinander übergehen und von Lerner zu Lerner individuell bedeutsam sind. Diese potentiellen Motive sind:

1 Gesellschaftsmotiv: Das Ansehen einer Sprache und ihr Stellenwert in der jeweiligen Gesellschaft spielen eine durchaus große Rolle, die sich vor allem auf die Ausgangsmotivation der Lernenden auswirkt.

2 Elternmotiv: Die Eltern und das häusliche Umfeld wirken sich auf die Lerneinstellung der Fremdsprache aus.

3 Nützlichkeitsmotiv: Das Nützlichkeitsmotiv ist das älteste aller Motive zum Erlernen einer lebenden Fremdsprache, denn schon zu Anbeginn der Geschichte war es von

großer Wichtigkeit, sich beispielsweise mit Geschäftspartnern oder in Kriegssituationen mit seinem Gegenüber verständigen zu können.

4 Berufsmotiv: Wie schon unter der vorhergehenden Kategorie „Nützlichkeitsmotiv“ erwähnt, ist für viele Lernende der praktische Nutzen, sich in der Berufswelt einen persönlichen Vorteil durch das Beherrschen von einer weiteren Fremdsprache zu verschaffen, ein hoher Antriebsfaktor, diese Sprache zu lernen.

5 Lehrermotiv: Als Pädagoge hat die Lehrperson eine gewisse Vorbildwirkung auf ihre Schüler, die im Zusammenhang mit deren Lern- und Leistungsmotivierung steht.

6 Wissens- und Neugiermotiv: Das Wissens- und Neugiermotiv ist das innere Streben nach Erkenntnis, nach landeskundlichem, politischem, historischem, ökonomischem Wissen, nach typischen Traditionen und Bräuchen, die vor allem zu Beginn des Lernprozesses, neben dem Neugiermotiv, vorherrschend sind.

7 Kommunikationsmotiv: Die Verständigung mit anderen Menschen und Völkern ist zweifelsohne die wichtigste Funktion von Sprache.

8 Geltungsmotiv: Der Wunsch und das Streben in der Gesellschaft wie im engeren sozialen Umfeld geachtet und angesehen zu sein, ist ein nachvollziehbares Anliegen.

Bevor ein Motiv auf das Verhalten einer Person einwirken kann, muss dieses durch einen zum Motiv passenden Anreiz angeregt werden. Während die Motive von der Person abhängen, finden die Anreize ihre Entstehung in der Situation. Ein Anreiz ist ein Situationsmerkmal, mit dem die Möglichkeit assoziiert wird, ein bestehendes Motiv zu befriedigen. Das Ziel ist es die belohnend wirkenden Affekte auskosten zu können. Beispiele für belohnend wirkende Affekte wären die Gefühle des Stolzes, der Zufriedenheit oder der Stärke (vgl. Heckhausen & Heckhausen 2010, 241).

Die Kombination der individuellen Motive einer Person mit den Anreizen der Situation führt dazu, dass ein Bedürfnis wahrgenommen wird. In diesem Moment beginnt der Motivationsprozess.

Zielsetzung

Die Absicht dieser Arbeit besteht darin, um zu ermitteln, welche Beweggründe für die Wahl des Deutschen im Wahlpflichtfach (zweite Fremdsprache) entscheidend sind.

METHODE

Die vorliegende empirische Studie zu der dargestellten Zielsetzung umfasst eine qualitative Untersuchung.

Befragungsteilnehmer/-innen

Um zu ermitteln, welche Beweggründe für die Wahl des Deutschen im Wahlpflichtfach (zweite Fremdsprache) entscheidend sind, wurden die Befragten - Studierende an der Hochschule für Hotel und Tourismusmanagement an der Adiyaman Universität (Adiyaman / Türkei) - gebeten, ihre persönlichen Wahlmotive anzugeben. Wie die Tabelle 1 zeigt, nahmen insgesamt 54 Studierende, die als Wahlpflichtfach Deutsch gewählt haben, teil.

Bezüglich des Wahlpflichtfachs (zweite Fremdsprache) stehen Studierenden der Hochschule für Hotel und Tourismusmanagement an der Adiyaman Universität grundsätzlich drei Möglichkeiten offen: (1) Deutsch, (2) Russisch und (3) Arabisch.

Tabelle 1. Beschreibung der Befragungsteilnehmer/-innen

Geschlecht (Alter)	f	%
Weiblich (20,36)	25	46
Männlich (21,24)	29	54
Insgesamt	54	100
Fach (Studienjahr)		
Gastronomie (2. Jahr)	9	16,7
Gastronomie (3. Jahr)	15	27,8
Reisemanagement (2. Jahr)	18	33,3
Reisemanagement (3. Jahr)	12	22,2
Insgesamt	54	100

Datenerhebung

Die Daten wurden mithilfe einer schriftlichen Befragung mit einer offenen Frage im Wintersemester 2014/15 gewonnen. Die offene Frage aus dem Fragebogen lautet folgendermaßen:

Warum haben Sie Deutsch als zweite Fremdsprache gewählt?

Datenauswertung

Bei der Datenauswertung wurde zusammenfassende Inhaltsanalyse (einer der qualitativen Techniken) verwendet. Grundprinzip einer zusammenfassenden Inhaltsanalyse ist „nun, dass die jeweilige Abstraktionsebene der Zusammenfassung genau festgelegt wird, auf die das Material durch Einsatz der Makrooperatoren transformiert wird. Diese Abstraktionsebene kann nun schrittweise verallgemeinert werden; die Zusammenfassung wird immer abstrakter.“ (vgl. Mayring 2010, 67)

ERGEBNISSE

In diesem Abschnitt werden zunächst die Ergebnisse der Datenanalyse gegeben (Tabelle 2) und einschließlich diskutiert.

Nach der Zusammenfassung der Aussagen entstanden folgende Kategorien über die Wahlgründe der Studierenden:

Tabelle 2. Motive der Studierenden für die Wahl des Deutsch als zweite Fremdsprache

Motive	f	%
1 Ähnlichkeit mit Englischer Sprache	15	28
2 Leichte Erlernbarkeit	8	15
3 Berufliche Gründe	8	15
4 Interesse an die deutsche Sprache	6	11
5 Erfahrung in der Oberschule	5	9
6 Wille zum Lernen	3	5,5
7 Neugier	3	5,5
8 Interesse an die deutsche Kultur	3	5,5
9 Liebe zur deutschen Sprache	3	5,5
Insgesamt	54	100

1 Ähnlichkeit mit Englischer Sprache: Insgesamt 15 Studierende (28%) haben das Deutsche als zweite Fremdsprache gewählt, weil sie denken, dass die deutsche

Sprache Ähnlichkeiten mit dem Englischen hat. Da es bezüglich des Wahlpflichtfachs (zweite Fremdsprache) drei Möglichkeiten (Arabisch, Russisch und Deutsch) gibt, und davon zwei Sprachen (Russisch und Arabisch) eine fremde Alphabet haben, ist es verständlich, warum dieses Motiv an der Vordergrund steht.

Daneben ist es auch sehr wichtig für die Wahl des Deutschen, dass die zwei Sprachen (Englisch und Deutsch) zu der gemeinsamen Sprachfamilie (Westgermanisch) gehören.

Beispielsatz (B16): „Weil das Deutsche Ähnlichkeiten mit dem Englischen hat.“

2 leichte Erlernbarkeit: Der Wahlgrund von 8 Studierenden (15%) ist, dass die Deutsche Sprache leichter zu erlernen ist, als die anderen (Russisch und Arabisch).

Beispielsatz (B4): „Diese Sprache schien als leichteste um zu lernen.“

Die erste und zweite Wahlgründe (Ähnlichkeit mit Englischer Sprache und leichte Erlernbarkeit, insgesamt 43%) zeigen, dass die Studierende Angst vor dem Lernen einer zweiten Fremdsprache haben. Um dieses Problem zu überwinden, sieht es so aus, dass sie eine Sprache (das Deutsche), die Ähnlichkeiten mit dem Englischen hat, gewählt haben.

3 Berufliche Gründe: 8 Studierende (15%) haben das Deutsche wegen der beruflichen Gründe gewählt.

Beispielsatz (B17): „Weil das Deutsche in der Türkei meiner Meinung nach nach Englisch an der zweiten Stelle im Bereich Tourismus steht.“

Da die Studierende an einer Hochschule für Tourismus studieren, ist es sinnvoll, eine äußere Faktor wie berufliche Gründe an der dritten Stelle der Wahlgründe steht.

4 Interesse an die deutsche Sprache: Der Beweggrund für die Wahl des Deutschen von 6 Studierenden (11%) ist, dass sie Interesse an die deutsche Sprache haben.

Beispielsatz (B45): „Wegen meiner Interesse an dieser Sprache, habe ich sie gewählt.“

5 Erfahrung in der Oberschule: 5 Studierende (9%) haben das Deutsche gewählt, weil sie schon in der Oberschule Erfahrungen im Lernen des Deutschen als zweite Fremdsprache gemacht haben.

Beispielsatz (B21): „Weil ich in der Oberschule Deutschunterricht gehabt habe.“

Das Vorwissen dieser Studierenden über die deutsche Sprache haben veranlasst sie zu wählen. Auch dieser Beweggrund sollte zu den oben erwähnten ersten und zweiten Wahlgründen zählen. Denn diese Studierende denken, dass sie mit ihrem Vorwissen keine Lernschwierigkeiten haben. Somit stellt sich heraus, dass 52% der Befragten das Deutsche für ihre leichte Erlernbarkeit gewählt haben. Hier muss es noch einmal erwähnt werden, dass es als Wahlmöglichkeit neben das Deutsche Russisch und Arabisch steht.

6 Wille zum Lernen: Mit dem Wille zum Lernen des Deutschen haben sich 3 Studierende (5,5%) für das Deutsche als zweite Fremdsprache entschieden.

Beispielsatz (B46): „Ich habe den Wille zum Deutschlernen.“

7 Neugier: 3 Studierende (5,5%) haben Deutsch als zweite Fremdsprache gewählt, weil sie neugierig waren.

Beispielsatz (B9): „Wegen meiner Neugier auf das Deutsche, habe ich sie gewählt.“

8 Interesse an die deutsche Kultur: 3 Studierende (5,5%) haben sich für das Deutsche entschieden, weil sie sich für die deutsche Kultur Interessierten.

Beispielsatz (B20): „Weil ich mich für die deutsche Lebensart interessiere.“

9 Liebe zur deutschen Sprache: 3 Studierende (5,5%) haben die deutsche Sprache durch Liebe zur Sprache gewählt.

Beispielsatz (B42): „Ich habe Deutsch gewählt, weil ich diese Sprache liebe.“

4, 6, 7, 8 und 9. Beweggründe (33%) sind emotional und haben inneren motivationalen Charakter.

SCHLUSS

Die Auswertung der offenen Frage macht deutlich, dass die Mehrheit der Studierenden (52%) das Deutsche aus dem Grund von leichter Erlernbarkeit (im Vergleich zu Arabisch und Russisch) gewählt haben. Andere 15% der Befragten haben das Deutsche für die berufliche Zwecke gewählt. Und 33% der befragten Studierende haben die deutsche Sprache aus ihren inneren motivationalen Beweggründen wie z. B. Wille, Interesse und Liebe gewählt.

Diese Ergebnisse zeigen, dass 67% der Studierenden instrumentell motiviert sind und dagegen nur 33% sind integrativ motiviert. Ein Lerner, dem es ihm um schulischen Erfolg oder seine berufliche Karriere geht, ist instrumentell motiviert; einer, der Sympathie für die Kultur der Zielsprache empfindet oder sich mit ihr identifizieren kann, ist integrativ motiviert. Beide Motivationstypen können zu einem ähnlichen erfolgreichen Lernen führen, aber ein integrativ motivierter Lerner wird einen höheren Grad fremdsprachlicher Kompetenz anstreben (vgl. Huneke/Steinig 2010, 20).

An dieser Stelle empfiehlt sich weitere Untersuchungen wie: 1) wie hoch die Angst vor dem Fremdsprachenlernen sei und wie man sie reduzieren könnte; oder 2) Ob es besser wäre, das Bewertungssystem von solchen Wahlpflichtfächern zu entfernen, um den Notendruck zu beseitigen. 3) In allen Fällen, sollte auch die Situation von anderen Wahlmöglichkeiten (Russisch und Arabisch) in die Hand genommen werden. Somit könnte die Lage der zweiten Fremdsprache in Bezug auf verschiedene Sprachen an dieser Hochschule besser interpretiert werden.

Zum Schluss soll betont werden, dass im Deutschunterricht alle diese Beweggründe im Auge behalten werden sollen. Denn diese Beweggründe stellen Persönlichkeitsmerkmale dar, die im Sinne von überdauernden Anliegen oder Klassen von Zielen die Richtung, Intensität und Ausdauer des Verhaltens bestimmen (Schneider & Schmalt 2000, 12). Mit anderen Worten: Die Berücksichtigung dieser Persönlichkeitsmerkmale und motivationsfördernde Maßnahmen im Fremdsprachenunterricht kann eine lernerzentrierte Lernumgebung bereiten.

LITERATURVERZEICHNIS

- Apelt, W. (1981): Motivation und Fremdsprachenunterricht. Leipzig: VEB Verlag Enzyklopädie.
- Apelt, W. (1986): „Tendenzen und Erkenntnisse der Motivationsforschung“. Deutsch als Fremdsprache, Nr. 23: 24–29.
- Butzkamm, W. (2002): Psycholinguistik des Fremdsprachenunterrichts. Von der Muttersprache zur Fremdsprache (3. neubearbeitete Auflage). Tübingen: A. Francke.
- Gonschorrek, U. (2001): Personalmanagement (2. Auflage). Berlin: Berliner.
- Grünewald, A. (2006): Multimedia im Fremdsprachenunterricht. Motivationsverlauf und Selbsteinschätzung des Lernfortschritts im computergestützten Spanischunterricht. Frankfurt am Main: Peter Lang Europäischer Verlag der Wissenschaft.
- Heckhausen, H. & Heckhausen, J. (2010): Motivation und Handeln (4. Auflage). Heidelberg: Springer.
- Huneke, H.-W. & Steinig, W. (2010): Deutsch als Fremdsprache. Berlin, Erich Schmidt Verlag.
- Kulbe, A. (2009): Grundwissen Psychologie, Soziologie und Pädagogik: Lehrbuch für Pflegeberufe (2. Auflage). Stuttgart: Springer.
- Mayring, P. (2010): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken (11. aktualisierte und überarbeitete Auflage. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- Reisenzein, R. (2006): Motivation. In K. Pawlik, Handbuch Psychologie (239-247). Heidelberg: Springer-Medizin-Verlag.
- Rudolph, U. (2007). Motivationspsychologie: Workbook (2. Auflage). Weinheim: Beltz.
- Schmalt, H.-D. & Heckhausen, H. (1992): Motivation. In: Spada, H. (Hrsg.). Lehrbuch Allgemeine Psychologie. Bern: Hans Huber.
- Schneider, K. & Schmalt, H.-D. (2000). Motivation (3.Auflage). Stuttgart: Kohlhammer.
- Seel, M. Norbert (2003): Psychologie des Lernens. Lehrbuch für Pädagogen und Psychologen (2. Auflage). Stuttgart: Reinhardt (UTB).
- Weinert, A. (1998): Organisationspsychologie – Ein Lehrbuch, (4. Auflage), Weinheim: Beltz, Psychologie-Verlagsunion