ANÁLISIS DE LAS RAZONES PARA ESTUDIAR UNA LENGUA EXTRANJERA Y LA MOTIVACIÓN EN UN CONTEXTO UNIVERSITARIO ESPAÑOL

ANA CRISTINA LAHUERTA MARTÍNEZ
Universidad de Oviedo

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo examinar los factores motivacionales relacionados con el aprendizaje de inglés como lengua extranjera en un contexto de educación universitaria. Se pretende identificar las razones que tienen los estudiantes universitarios para estudiar inglés, reducirlas a factores y analizar la relevancia de los mismos en nuestro contexto. Además se examina el efecto de las orientaciones en la motivación. Los participantes son 195 estudiantes de la Universidad de Oviedo procedentes de diferentes grados y que estudian inglés para fines específicos. El análisis factorial nos ofrece siete factores que representan la situación etnolingüística de los estudiantes universitarios españoles. Los análisis de regresión demuestran que todas las orientaciones influyen en la motivación.

Palabras clave: motivación, orientaciones, logro en la L2.

ABSTRACT

The present work carries out an analysis of orientations and motivation in a Spanish English as a foreign language context. The first objective is to identify Spanish university students' reasons to study English, to reduce the reasons into several orientation factors and analyse the significance of these orientations in our context. The second objective is to examine the relationships among orientation and motivation and L2 achievement. The participants were 195 students from the University of Oviedo who had English for Specific Purposes as a subject in their curriculum. Factor analysis of orientation items yielded nine factors that represent the ethnolonguistic situation in which Spanish college students are placed. Regression analyses showed that all the orientations influence motivation.

Keywords: motivation, orientations, L2 achievement

1. INTRODUCCIÓN

Este artículo tiene como objetivo examinar los factores motivacionales relacionados con el aprendizaje de inglés como lengua extranjera en un contexto de educación universitaria. Se pretende identificar las razones que tienen los estudiantes universitarios para estudiar inglés, reducirlas a factores y analizar la relevancia de los mismos en nuestro contexto. Además se examina el efecto de las orientaciones en la motivación.

2. MARCO TEÓRICO

Gardner (1985:10) define la motivación para aprender una L2 como "the extent to which the individual works or strives to learn the language because of a desire to do so and the satisfaction experienced in this activity". Esta definición incluye tres componentes: esfuerzo para alcanzar el objetivo; deseo de aprender la lengua; y satisfacción con la tarea de aprender la lengua. Estos tres componentes se pueden evaluar con las escalas de Intensidad Motivacional, Deseo de Aprender la Lengua, y Actitud hacia el Aprendizaje de la Lengua del Attitude/Motivation Test Battery (AMTB) (Gardner 1985).

Gardner (1985) distingue el tipo de motivación o el objetivo que busca el individuo de la intensidad de la motivación. El objetivo, que se denomina también orientación, es

la razón o clase de razón para estudiar una segunda lengua mientras que la motivación tal y como es definida anteriormente se considera el esfuerzo hecho para conseguir el objetivo. Gardner and Lambert (1972) identificaron dos tipos de orientaciones, integrativa e instrumental. La orientación integrativa se caracteriza por una apertura hacia, y respeto por, otros grupos culturales y formas de vida, un deseo de aprender acerca de y comunicarse con un miembro del grupo que habla la lengua segunda, e incluso convertirse en miembro de esa comunidad, mientras que la orientación instrumental se refiere a razones pragmáticas y profesionales para aprender una lengua segunda. El papel de las orientaciones es ayudar a aumentar la motivación dirigiéndola hacia varios objetivos, bien con una fuerte cualidad interpersonal (integrativa) o con una fuerte cualidad práctica (instrumental).

En estudios posteriores, la distinción tradicional entre orientaciones instrumentales e integrativas fue cuestionada por algunos investigadores. Clément, Dörnyei y Noels (1994) han demostrado que la motivación instrumental, relacionada con los beneficios pragmáticos de aprender la lengua meta, es igual o más importante que la orientación integrativa en varios contextos de aprendizaje de una lengua extranjera.

Dörnyei y Csizér (2002) llevan a cabo un estudio que parece apoyar la dicotomía integrativa/instrumental si bien reconocen que son necesarias nuevas interpretaciones que ahonden en el significado del término "integratividad".

Yashima (2002) demuestra la existencia de la variable "postura internacional", la cual se refiere a "the general attitude toward the international community and foreign language learning in Japan" (2002:54), y que incluye aspectos de las orientaciones instrumental e integrativa.

Oakes (2013) investiga las razones para aprender una lengua extranjera en la Universidad el Reino Unido. Los participantes mostraron un grado de orientación instrumental mayor que de orientación integrativa. Los participantes sentían solo una débil afinidad hacia la gente de países de habla francesa y española y expresaban muy pocos deseos de parecerse a ellos, lo que de acuerdo a Oakes (2013:184) muestra que la orientación integrativa tal y como se concibe tradicionalmente es "too broad a concept for accounting for motivation". Además, los datos revelaron la existencia de una postura internacional, un concepto similar al propuesto por Yashima (2002) en el contexto de Inglés como lengua extranjera en Japón.

El presente estudio lleva a cabo un análisis factorial de orientaciones para identificar las razones de los estudiantes para aprender inglés en nuestro contexto social y académico. En este estudio, mantendremos la dicotomía entre orientación integrativa y orientación instrumental y al mismo tiempo, ampliaremos el concepto de orientación integrativa.

Una vez identificadas las orientaciones o razones para aprender inglés como lengua extranjera entre estudiantes universitarios españoles llevaremos a cabo un estudio empírico que aborda el efecto de las orientaciones en la motivación.

3. HIPÓTESIS DEL ESTUDIO

Estudios empíricos previos han demostrado que las orientaciones influyen en la motivación (por ejemplo, Belmechri y Hummel, 1997; Yashima, 2000).

En este estudio, las orientaciones son definidas por varias variables e incluyen variables tomadas y adaptadas de investigación previa y variables desarrolladas específicamente para el presente estudio, como se explicará más adelante. La hipótesis de este estudio es que los estudiantes mostrarán una variedad de diferentes orientaciones o razones para estudiar inglés y la importancia que dan a estas razones tendrá un efecto

significativo en su motivación para estudiar la lengua inglesa. Se formula por lo tanto la siguiente hipótesis:

Hipótesis: Cuanto más fuerte es la razón expresada para aprender la lengua inglesa mayor es la motivación.

4. MÉTODO

4.1. Participantes

Los participantes fueron 195 estudiantes procedentes de diferentes grados de la Universidad de Oviedo: Química, Geografía, Musicología, Historia del Arte, Finanzas y Contabilidad, Turismo, Informática e Ingeniería Industrial. Todos tenían una asignatura de inglés en sus programas docentes.

4.2. Procedimiento

Se administra a los estudiantes un cuestionario así como un Test Estandarizado de Inglés en febrero-marzo de 2013.

4.3. Medidas

El cuestionario administrado incluía:

a) Orientaciones. Un total de 21 ítems tomados o adaptados de estudios previos o elaborados para el presente estudio se utilizaron para evaluar las razones de los estudiantes para aprender inglés.

b) Motivación. Para la motivación, quince ítems tomados de Gardner y Lambert (1972) y Gardner (1985) referentes a Intensidad Motivacional, Actitudes hacia el Aprendizaje del Inglés y Deseo de Aprender Inglés servían como medidas.

Se llevó a cabo un análisis factorial para determinar qué razones se agrupaban para formar orientaciones generales.

El Factor 1 obtuvo cargas apreciable de cinco a ítems (Alfa de Cronbach = 0,712). Este factor muestra el interés de los estudiantes en la cultura y el deseo de interactuar y relacionarse con personas extranjeras usando el inglés. Este factor se denomina por lo tanto *Cercanía Intercultural.*

El Factor 2 obtuvo cargar apreciables de tres ítems (Alfa de Cronbach = 0,674). Este factor muestra el interés de los estudiantes y su actitud positiva hacia las culturas de la lengua meta así como la identificación y similitud con los americanos y británicos. Este factor se denomina *Interés e Identificación con la gente inglesa y Americana y con su Cultura*

El Factor 3 obtuvo cargas apreciables de cuatro ítems (Alfa de Cronbach = 0,704). Este factor muestra la motivación instrumental de los estudiantes relacionada con los beneficios profesionales que conlleva el inglés. Los ítems se refieren exclusivamente a intereses profesionales y pragmáticos ya que ningún ítem que incluyese conocimiento como un componente del logro pragmático permanecieron después del análisis factorial. Este factor se denomina *Orientación Instrumental/Profesional*.

El Factor 4 obtuvo cargas apreciables de dos ítems (Alfa de Cronbach = 0,744). Muestra el interés de los estudiantes en las culturas en relación con viajar a diferentes partes del mundo. Este factor se denomina *Interés en las Culturas en relación a Viajar.*

El Factor 5 obtuvo cargas apreciables de tres ítems (Alfa de Cronbach = 0,531). Este factor muestra el interés de los estudiantes in actividades o vocaciones internacionales. Este factor se denomina *Interés en Actividades Internacionales*.

El Factor 6 obtuvo cargas apreciables de dos ítems (Alfa de Cronbach = 0,776). Este factor muestra el interés de los estudiantes en asuntos internacionales. Se denomina *Interés en Asuntos Extranjeros*.

El Factor 7 obtuvo cargas apreciables de dos ítems (Alfa de Cronbach = 0,833). Este factor muestra una necesidad indeterminada de aprender inglés. Se denomina *Vago Sentido de Necesidad*.

El Factor 8 obtuvo cargas apreciables de seis ítems (Alfa de Cronbach = 0,824). Este factor se denomina *Intensidad Motivacional*.

El Factor 9 obtuvo cargas apreciables de cuatro ítems (Alfa de Cronbach = 0,917). Este factor se denomina *Actitud hacia el Aprendizaje del Inglés*.

El Factor 10 obtuvo cargas apreciables de cinco ítems (Alfa de Cronbach = 0,814). Este factor se denomina *Deseo de Aprender Inglés*.

El análisis factorial de la orientación proporcionó nueve factores que representan la situación etnolingüística en que se encuentran los estudiantes universitarios españoles, en concreto los estudiantes de inglés como lengua extranjera. Muestra que hay razones complejas para estudiar un idioma extranjero y más orientaciones o razones que las dos básicas instrumental e integrativa. El presente estudio confirma la relevancia no solo de las orientaciones instrumentales sino también de las orientaciones culturales, de interacción e internacionales.

5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se utilizó como instrumento estadístico la versión 21 de SPSS. Los resultados muestran una relación significativa entre todas las orientaciones y la motivación de los estudiantes.

Los resultados muestran que existe una relación significativa entre la orientación Cercanía Intercultural y los tres componentes usados para medir la Motivación: Intensidad Motivacional (B: 0,270; valor de t: 3,942; P<0,001); Actitud hacia el Aprendizaje del Inglés (B: 0.286; valor de t: 4,161; P<0,001); y Deseo de aprender inglés (B: 0,294; valor de t: 4,290; P<0,001). Podemos afirmar que cuanto mayor es la importancia dada a esta orientación, mayor es la motivación de los estudiantes.

Se descubre también una relación significativa entre la orientación Interés e Identificación con la Gente Inglesa y Americana y con su Cultura y las tres medidas de motivación: Intensidad Motivacional (B: 0,328; valor de t: 4,781; P<0,001); Actitud hacia el Aprendizaje del Inglés (B: 0,354; valor de t: 5,166; P<0,001); y Deseo de aprender inglés (B: 0,450; valor de t: 6,874; P<0,001). Se puede afirmar que cuanto mayor es la importancia que los estudiantes dan a esta orientación, mayor es su motivación.

Se da también muestra una relación significativa entre la orientación Instrumental/Profesional y las tres medidas de motivación: Intensidad Motivacional (B: 0,424; valor de t: 6,447; P<0,001); Actitud hacia el Aprendizaje del Inglés (B: 0,495; valor de t: 7,789; P<0,001); y Deseo de aprender inglés (B: 0,569; valor de t: 9,426; P<0,001). Podemos afirmar que cuanto mayor es la orientación instrumental/profesional mayor es la motivación de los estudiantes.

Existe una relación significativa entre la orientación Interés en las Culturas en relación a Viajar y los tres componentes usados para medir la Motivación: Intensidad Motivacional (B: 0,231; valor de t: 3,372; P<0,05); Actitud hacia el Aprendizaje del Inglés (B: 0,336; valor de t: 5,035; P<0,001); y Deseo de aprender inglés (B: 0,395; valor de t: 6,081; P<0,001). Podemos decir que cuanto mayor es esta orientación, mayor es la motivación de los estudiantes.

Se da una relación significativa entre la orientación Interés en Actividades Internacionales y las tres medidas de motivación: Intensidad Motivacional (B: 0,266; valor de t: 3,756; P<0,001); Actitud hacia el Aprendizaje del Inglés (B: 0,385; valor de t: 5,622; P<0,001); y Deseo de aprender inglés (B: 0,467; valor de t: 7,093; P<0,001). Podemos decir que cuanto mayor es en interés en las actividades internacionales, mayor es la motivación de los estudiantes.

Existe una relación significativa entre la orientación Interés en Cuestiones Extranjeras y las tres medidas de motivación: Intensidad Motivacional (B: 0,394; valor de t: 6,109; P<0,001); Actitud hacia el Aprendizaje del Inglés (B: 0,218; valor de t: 3,146; P<0,05); y Deseo de aprender inglés (B: 0,250; valor de t: 3,641; P<0,001). Podemos afirmar que cuanto mayor es el interés en cuestiones extranjeras, mayor es la motivación de los estudiantes.

Se da una relación significativa entre la orientación Vago Sentido de Necesidad y dos de los tres componentes de la motivación: Actitud hacia el Aprendizaje del Inglés (B: -0,143; valor de t: -2,043; P<0,05); y Deseo de aprender inglés (B: -0,156; valor de t: -2.237; P<0,05). Podemos afirmar que cuanta mayor importancia se da a esta orientación, menor es la motivación de los estudiantes.

Los análisis de regresión confirman nuestra hipótesis y muestran que todas las orientaciones influyen en la motivación. Los estudiantes que tienen puntuaciones más altas en las orientaciones tienden a tener una mejor actitud hacia el aprendizaje del inglés, un mayor deseo de aprender inglés y la intensidad de su motivación es mayor. En el caso de la orientación relacionada con un vago sentido de la necesidad, el efecto es negativo. Tal y como predice el modelo socioeducativo, las orientaciones contribuyeron a aumentar la motivación y a orientarla hacia una serie de objetivos. La principal contribución de este resultado con respecto a la literatura previa es que esta relación significativa se obtiene con una numerosa serie de orientaciones.

6. CONCLUSIONES

Este estudio muestra que existen una gran variedad de razones para aprender inglés en nuestro contexto y confirma la importancia no solo de la orientación instrumental sino también de orientaciones ligadas a la cultura, a las relaciones internacionales y a los aspectos académicos.

Los resultados empíricos confirman los obtenidos previamente en la literatura. Los participantes en el presente estudio proceden de diferentes grados. Un estudio posterior es necesario para analizar los resultados distinguiendo entre grados, analizando las cuatro destrezas de manera separada y finalmente, distinguiendo entre chicos y chicas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Belmechri, F. y Hummel, K. 1997. “Orientations and motivation in the acquisition of English as a second language among high school students in Quebec City”, *Language Learning*, 48 (2): 219-244.

Clément, R., Dorney, Z. y Noels, K. 1994. “Motivation, self-confidence and group cohesion in the foreign language classroom”, *Language Learning*, 33: 273-291.

Dörnyei, Z. y Csizer, K. 2002. “Some dynamics of language attitudes and motivation: results of a longitudinal nationwide survey”, *Applied Linguistics*, 23 (4): 421-462.

Gardner, R.C. 1985. *Social Psychology and Second Language Learning: The role of Attitudes and Motivation*. London: Arnold.

Gardner, R.C. y Lambert, W.C. 1972. Attitudes and Motivation in Second Language Learning. Rowley, MA: Newbury House.

Gardner, R.C. y MacIntyre, P.D. 1993. "On the measurement of affective variables in second language learning", *Language Learning*, 43 (2): 157-194.

Oakes, L. 2013. "Foreign language learning in a 'monoglot culture': Motivational variables amongst students of French and Spanish at an English university", *System*, 41: 178-191.

Yashima, T. 2000. "Orientations and motivations in foreign language learning. A study of Japanese college students", *JACET Bulletin*, 31: 121-133.

Yashima, T. 2002. "Willingness to communicate in a second language: The Japanese EFL context", *The Modern language Journal*, 86 (I): 54-66.