

TUTUMLU İNOVASYON: İNTERNETTE YABANCI DİL ÖĞRETİMİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

İdris KIZILBOĞA¹

ÖZET

Globalleşen dünyada inovasyon kavramının önem kazandığı görülmektedir. İnovasyon niteliği ve niceliği açısından değerlendirildiğinde sürekli artış göstermektedir. Yeni ve gelişmekte olan pazarlardan pay almak isteyen uluslararası işletmeler ve ülkeler, bireylerin ihtiyaçları ve imkanları doğrultusunda ürün ve hizmetleri daha uygun şartlarda sunmak istemektedirler. Tutumlu inovasyon ile ürün ve hizmetler yerel pazarlarda “yeterince iyi” özellikleri ile daha ekonomik olarak piyasaya sunulmaktadır. Bu çalışmada; 2012 yılında internet ortamında video dersleri şeklinde başlayan ve devam etmekte olan İngilizce dil öğretimine ait uygulamanın girdileri ve sonuçları üzerinde durulmaktadır. Uygulamanın sonuçlarına bakıldığında, Youtube ile İngilizce dil öğretiminin, tutumlu inovasyonun temel dayanağı olan daha ucuza elde etme prensibine tam uyduğu görülmektedir. Ülkemizde kronik bir sorun haline gelen İngilizce öğrenimi, Youtube İngilizce ders uygulaması ile kullanıcılara çok yarar sağlamaktadır. Video derslerinin ücretsiz olması, tüm yaş gruplarına açık olması, tüm ülkelerde herkese hizmet sunması ve derslerin zamandan - mekandan bağımsız olması kullanıcılar tarafından çok önemli görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: İnovasyon, Tutumlu İnovasyon, İngilizce Dil Eğitimi, Youtube.

ABSTRACT

In a globalizing world, the concept of innovation has gained importance. In terms of innovation, quality and quantity are continuously increasing. International companies and countries that want to get a share of the new and emerging markets, offering more favorable conditions to the needs of the individuals with product and services. With frugal innovation products and services are available with affordable price for local markets with "good enough" features. In this study, we focused on the inputs and results of ongoing teaching English language lessons in the form of video on the internet that we started in 2012. When we look at the the results, we see that English language teaching lessons on Youtube, fit the basic principle of frugal innovation that obtaining products and services cheaper. While learning English has become a chronic problem in our country, Youtube lessons was clearly seen to be very useful for the users. It was seen very important by users that lessons are free of charge, open to all age groups, providing services to everyone in all countries and independency of the time & place.

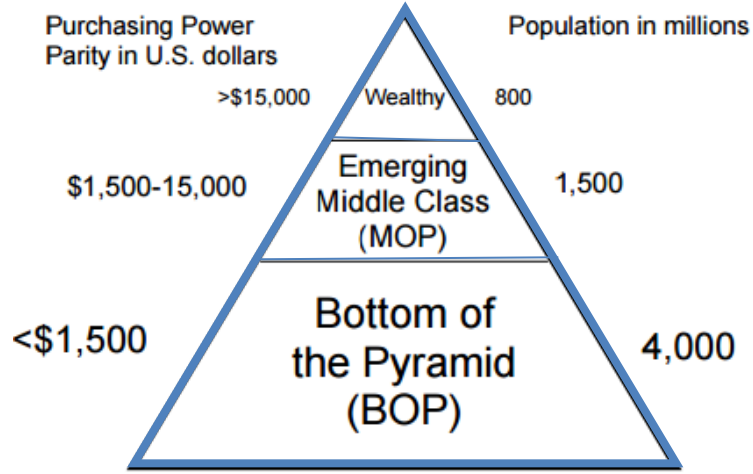
Keywords: Innovation, Frugal Innovation, English Language Education, Youtube.

1. GİRİŞ

İnsanların hayatı teknolojinin sunmuş olduğu büyük imkanlar ile birlikte özellikle 21. Yüzyılda sürekli değişen bir hal almıştır. Dünyanın bir ucunda meydana gelen olumlu veya olumsuz bir gelişme hızlı bir şekilde dünyanın geneline yayılabilmektedir. Büyük işletmeler ve gelişmiş ülkeler üretim ve pazar payları ile önemli bir ekonomik büyüklüğe ulaşmışlardır. Rekabet kaynaklı hizmet ve ürünlerde farklılaşmaya gidilerek inovasyon ön planda tutulmaya başlanmıştır. İnovasyon sayesinde fikirler somutlaşarak pazarda kendilerine yer bulmuş (Fitzgerald vd., 2011), ürün ve hizmetler yeniden

¹ Uzman, Bingöl Üniversitesi, Bingöl,
e-posta: ikizilboga@bingol.edu.tr

tasarlanarak farklı ihtiyaçlara cevap verilmiştir. Phills vd. (2008), inovasyonda iki temel kriter olduğunu, bunların süreç veya çıktı temelli özgünlük ve verimlilik olduğunu söylemiştir. Birçok hizmet web ortamında internetin sunmuş olduğu imkanlar ile daha kolay, daha ucuz, daha verimli ve daha etkili bir şekilde yapılmaktadır. Uluslararası şirketler üretmiş oldukları ürün ve hizmetler ile devasa büyüklüklere ulaşmış ekonomik büyüklük olarak ülkeleri bile geri de bırakmışlardır. Kullanıcı için inovasyon çağında ürün ve hizmetlerden yararlanmanın bir bedeli bulunmaktadır. Yeni teknolojik ürün ve hizmetlerden yararlanmak için insanların belirli bir maddi imkana sahip olması gerekmektedir. Fakat dünyadaki gelir dağılımına baktığımızda karşımıza olumsuz bir tablo çıkmaktadır.



Şekil 1. Ekonomik piramit (Pahalad, 2005)

Ekonomik piramit; zengin, gelişen orta sınıf ve piramit altı (Bottom of the Pyramid - BoP) olarak üçe ayrılmıştır. Dünya nüfusunun yüzde 63'ten fazlası yıllık \$1,500 daha az gelire sahiptir. Bir milyar insan en az gelişmiş ülkelerde dört milyar insan da gelişmekte olan ülkelerde yaşamaktadır (Collier, 2007). Doğal olarak BoP'un orta ve zengin sınıf için üretilen ürün ve hizmetlerden yararlanması nerede ise imkansızdır. Aynı zamanda rekabet ortamının acımasızlığından dolayı şirketlerin karlılıklarını devam ettirmek için yeni müşterilere ulaşmaları gerekmektedir. Prahalad (2005), kurumsal dünya için fırsatların bir buzdağı gibi görünmez kaldığını ve fakirleri bir sorun gibi düşünmeyi bırakıp onları fırsat olarak değerlendirmemiz gerektiğini belirtir.

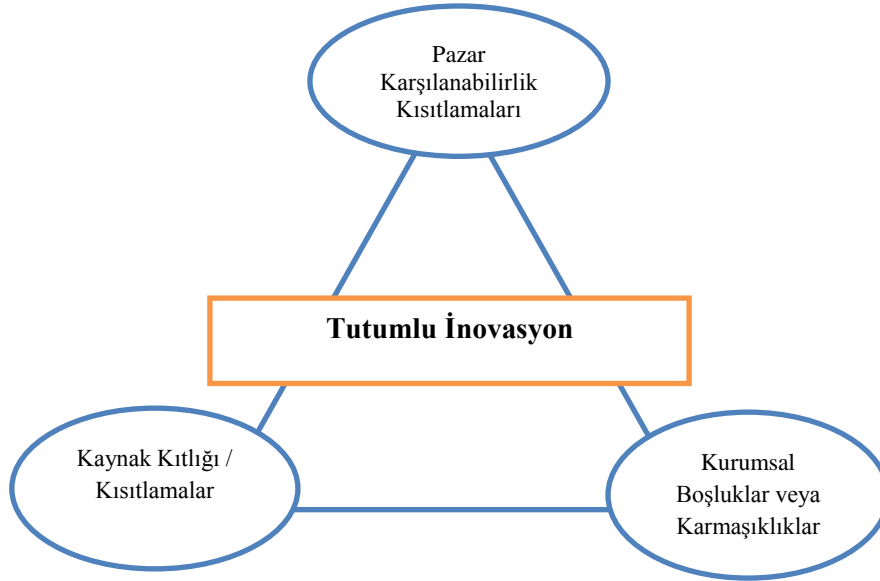
Dünya nüfusunun çoğunluğunun fakir olması ve bunların büyük bir tüketim potansiyeline sahip olması nedeni ile ürün ve hizmetlerin daha ucuz ve karşılanabilir olmasını gerektirmiştir. İnovasyon içerisinde tekrar bir yenilik yapılarak tutumlu inovasyon (frugal innovation) ortaya çıkmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Son yıllarda inovasyon niteliği ve niceliği açısından değerlendirildiğinde sürekli artış göstermektedir. Son dönemde özellikle gelişmekte olan ülkeler üzerine bir çok akademik çalışma yapılmıştır. İnovasyon, şirket ve ülkeler için ekonomik büyüme aynı zamanda rekabet avantajı bakımından kritik öneme sahiptir (Brem, 2011).

Ortaya bir çok teori atılmış, "jugaad", "ters inovasyon", "dağıtık inovasyon" ve "tutumlu inovasyon" gibi yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. Tüm bu teorilerin temelinde belirli bir bölgenin özel ihtiyaçları için ürün ve süreçlerin en baştan düşük fiyata yeniden tasarlanması ve geliştirilmesi yer alır (Agarwal ve Brem, 2012). Zeschky vd. (2011) tutumlu inovasyonu "yeterince iyi, kısıtlı kaynağa sahip tüketiciler için uygun fiyatlı ürünler" olarak tanımlamıştır. Tutumlu inovasyon ile amaç tüketici için düşük fiyatlı ve temel özellikleri içinde barındıran ürün ve hizmetler sunmaktır. Ürün veya sunulan

hizmette bulunan özellik olmazsa olmaz değilse, fiyatın daha uygun olması amacı ile bu özellik sunulmaz. Özellikle yerel pazarlar ve düşük gelir düzeyine sahip tüketiciler tutumlu inovasyonun hedef kitlesinde bulunurlar.



Şekil 2. Gelişmekte olan piyasalar için kavramsal inovasyon modeli (Bhatti ve Ventresca, 2013)

Tutumlu inovasyon karşılanabilirlik, kısıtlar ve kurumsal karmaşıklıkların üçgeninde bulunmaktadır. Bu sorunlar yeni girişimciler ve yerel ürün / hizmetler ile aşılabilmektedir. Bu sorunlara rağmen, belkide bu sorunlardan dolayı yerel ve uluslar arası girişimciler ve firmalar gelişen pazarlarda yeni inovasyonlar ile yerel çözümler sunmakta, aynı zamanda bunu genişleterek komşu gelişmekte olan ülkelere hatta bunun ötesinde gelişmiş pazarlara ulaştırmaktadırlar (Khanna ve Palepu, 2006).

3. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Bu çalışmada; tutumlu inovasyon ile internet ortamında İngilizce dil öğretimi uygulamasına değinilecektir. 2012 yılı Ekim ayından başlanarak bilgisayar ortamında ekran kaydı alınarak yapılan dersler Youtube web sitesine video olarak aktarılmakta ve herkese açık hizmet vermektedir. “İngilizce Öğreniyorum” serisi olarak adlandırılan bu video dersler ücretsiz olarak kullanıcıların faydasına sunulmuştur. İnternetin olduğu her yerden zaman sınırlaması olmaksızın bilgisayar, cep telefonu ve tablet ile tüm videolara ulaşılabilir. Aynı zamanda bir blog ve facebook sayfası ile “İngilizce Öğreniyorum” uygulaması zenginleştirilmiş ve farklı platformlara taşınmıştır.

İngilizce günümüzde bilim, teknoloji, sinema, sanat, ticaret ve iletişim gibi ekonomik ve sosyal hayatın tüm alanlarına hakimdir. Ülkemizde ilk okuldan başlayarak verilen İngilizce eğitimi milyonlarca öğrenciye verilmekte ve bunun için kamu bütçesinden büyük kaynaklar ayrılmaktadır. EF İngilizce Yeterlilik İndeksi 2013 verilerine göre Türkiye 60 ülke arasından 41. sırada bulunmaktadır (EF, 2013).

İngilizce dil eğitiminin verildiği Youtube platformu devasa bir büyüklüğe sahiptir. Youtube, bir milyar kullanıcı, her dakika da 300 saatlik video yükleme, 75 ülkede yerelleştirilmiş ve 61 dilde hizmet sunan ve izlenimlerinin yarısı mobil olan web tabanlı bir video platformudur (Youtube, 2015).

4. İNGİLİZCE DİL ÖĞRETİMİ UYGULAMASI

“İngilizce Öğreniyorum” serisi 3 yıl önce, 2012 yılında başladı. Kanalın şu anda bir milyondan fazla izlenimi ve 6 bini aşkın abonesi bulunmaktadır. Ders dili Türkçe olan seri, sadece Türkiye’den değil, aynı zamanda bir çok ülkeden takip edilmektedir. Gramer derslerinin yanında konuşma, dinleme ve okuma dersleri güncel ve yabancı kaynaklar eşliğinde yapılmaktadır. Şu anda 72 videoya ulaşan ders sayısı, sürekli olarak yeni dersler ile artırılmaktadır.

4.1. Derslerin Hazırlanması ve Youtube Ders Ortamı

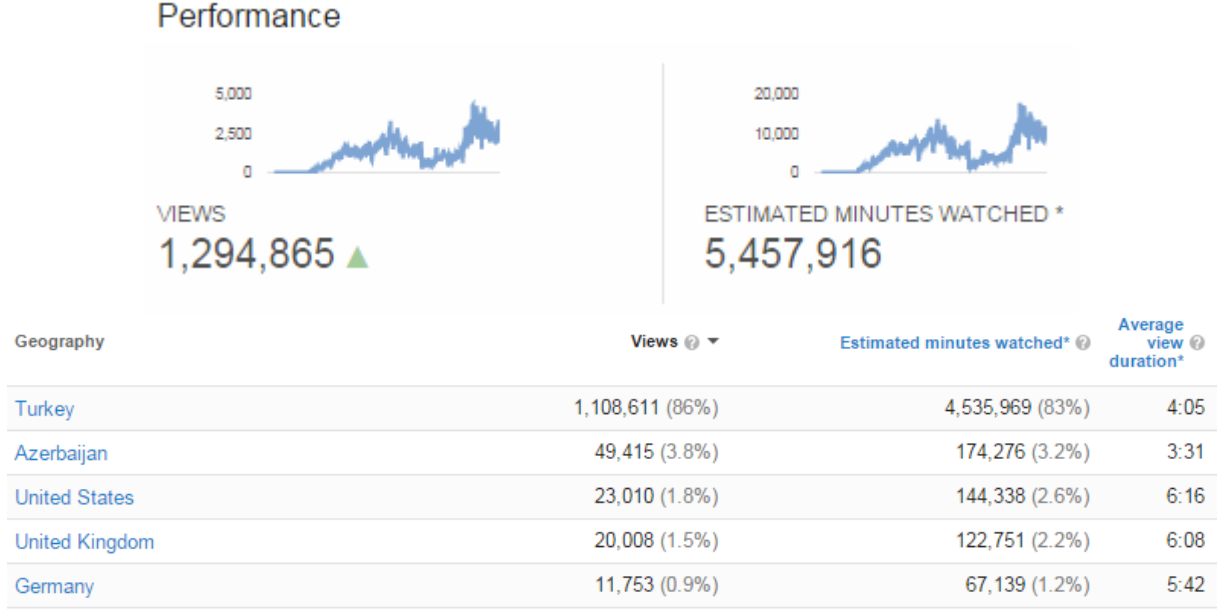
Dersler bilgisayar ortamında bir program ile kayıt edilmekte ve ders kaydından sonra video tekrar düzenlenmektedir. Düzenlenen video Youtube’a yüklenmektedir. Yüklenen videonun başlığı, açıklama bilgileri ve etiketleri eksiksiz olarak girilip oynatma listesine eklenmektedir. Aynı ders videosu sosyal medya; Google+, Blogger, Facebook ve Twitter’da paylaşılmaktadır. Dersler bir araya getirilerek aynı zamanda bir blog oluşturulmuş ve öğrenciler-hoca, öğrenciler-öğrenciler arasında karşılıklı etkileşim sağlanmıştır.

Derslerden faydalanmak için herhangi bir ücret ödemeye gerek yoktur. İnternet ortamında bilgisayar ve akıllı cihazlar ile istenen anda derslere erişim sağlanmaktadır. Dersler giriş seviyesinden başlanarak anlatılmış ve ilerleyen derslerde okuma, konuşma, dinleme ve yazma konuları yabancı kaynaklar ile ele alınmaktadır. Öğrenciler gmail hesapları ile Youtube’a giriş yaparak soru sorabilmekte, dersi beğenebilmekte / beğenmeyebilmekte ve videoyu paylaşabilmektedirler. Kullanıcı anlamadığı konu hakkında ilgili videoda sorusunu sorabilmektedir. Daha önce sorulan ve cevaplanan sorularıda ilgili dersin yorum kısmından görerek yararlanmaktadır.

Dersler yayımlandıktan sonra sürekli olarak kullanıcılar tarafından değerlendirilmektedir. Binlerce göz tarafından dersin eksik veya yanlış kısımları belirtilerek verimli öğrenme ortamı sağlanmaktadır. Kullanıcıların herhangi bir yorumu anında bildirim şeklinde hocaya iletilmektedir. Kullanıcılardan gelen geri bildirimlere göre derslerin açıklamaları yeniden güncellenmektedir. Gerek görülmesi halinde bilgi notları kullanılarak video üzerinde beliren notlar ile yönlendirme yapılmaktadır. Derslere destek amaçlı olarak bir blog sitesi de kullanılmaktadır. Burada Youtube’da bulunan dersler paylaşılmış ve dersler tablo olarak detaylı şekilde düzenlenmiştir. Youtube platformunda yapılan yorum, düzeltme ve fikirlerin paylaşımı aynı şekilde blog ortamında da yapılmaktadır.

4.2. İngilizce Dil Öğretimi Uygulamasının Çıktıları

Youtube’un sağlamış olduğu ara yüz ile tek tek veya genel istatistiklere detaylı bir şekilde anında bakılabilir. Demografik bilgilerden, yorumlara, beğenme /beğenmeme sayılarına, paylaşımlara, izlenim sürelerine vb. anında ulaşılır.

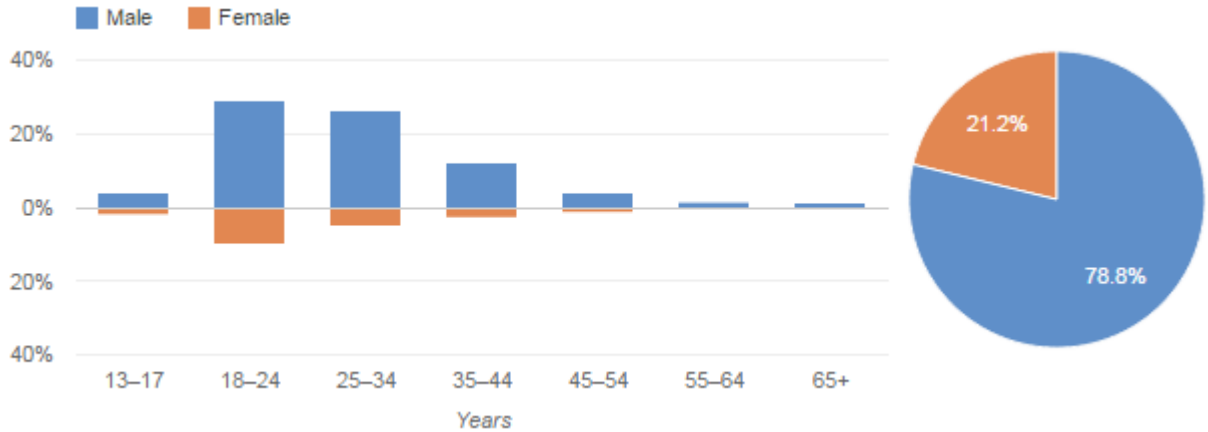


Şekil 3. İngilizce Dil Öğretimi Uygulamasının Performans İstatistikleri

İngilizce derslerinde bir milyon iki yüzbinden fazla izlenim alınmıştır. Dersler 158 ülkede en az bir defa izlenerek tüm dünyaya yayılmıştır. İzlenimlerin %86'ı Türkiyeden, %3,8'i Azerbaycan'dan, %1,8'i Amerika'dan, %1,5'i Birleşik Krallık'tan ve geri kalan yüzde ise diğer ülkelerden gelmiştir.

Dersler toplam 5,457,916 dakika izlenmiştir. Haftada bir öğretmenin 40 saat ders verdiğini ders süresinin 40 dakika olduğunun düşünürsek, ayda 160 saat, bir yılda 9 ay üzerinden 1440 ders saati yapar. Bir öğretmenin bu uygulamada yukarıda geçen dakika kadar ders vermesi için 94 yıl çalışması gerekmektedir. Henüz üç yılı tamamlanmamış bir uygulama ile bir öğretmenin tüm ömrünün yetmeyeceği kadar hizmet verilmiştir. Tüm bunlar için ihtiyaç duyulan bir adet bilgisayar, bir adet ders kaydetme programı ve video internete yüklenirken internet erişimidir. Diğer taraftan, klasik okul için sınıfın aydınlatılması, ısınması, öğrencilerin su ihtiyacı, demirbaş giderleri, kalem, kitap vb. hesaba kattığımızda maliyetleri oldukça artırmaktadır.

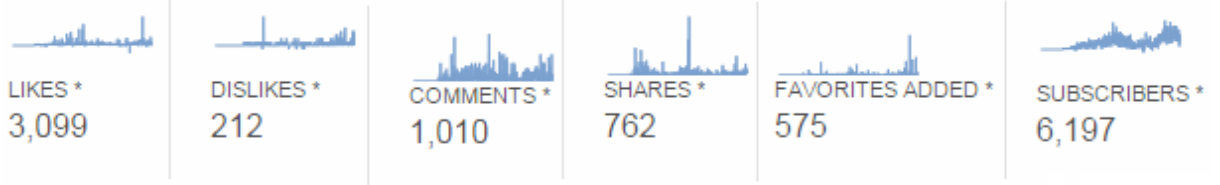
Hizmeti alan kullanıcılar açısından düşündüğümüzde ders için belirlenen fiziki ortama ulaşmak bile önemli bir konudur. Özellikle büyük şehirlerdeki trafik yoğunluğunu göz önüne alırsak, internet ortamından sağlanan bu hizmetin zamanın verimli kullanılması üzerinde oldukça olumlu etkisini görürüz.



Şekil 4. İngilizce Dil Öğretimi Uygulamasının Demografik İstatistikleri

Derslere katılan kullanıcıların %78,8'i erkek, %21,2'i ise bayandır. En büyük izlenim aralığı 18-24 yaş aralığıdır. 35 ve üzeri yaş %22,8'dir. Bu kullanıcıların çalıştıklarını hesaba katarsak bu hizmetin onlar için can suyu niteliğinde olacağı açıktır. Gün içinde çalışan bu yaş grubunun klasik eğitimdeki sınıf derslerinden yararlanmaları zordur.

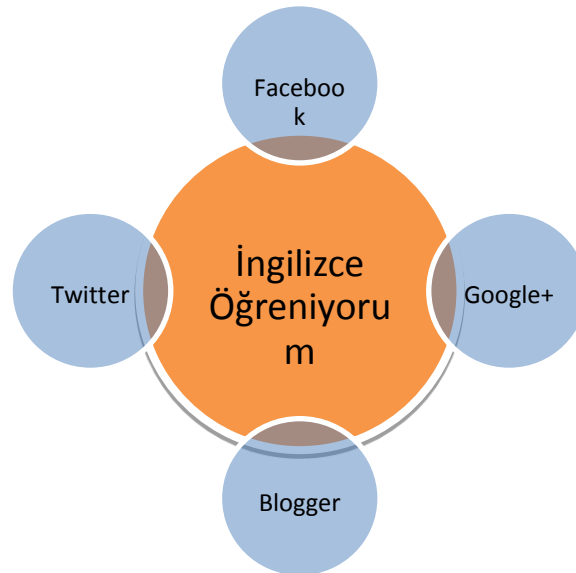
Engagement



Şekil 5. İngilizce Dil Öğretimi Uygulamasının Katılım İstatistikleri

Teknolojinin sunmuş olduğu en önemli özelliklerden biri de; büyük bir esneklik sunmasıdır. Video derslerinin etrafında atılacak doğru adımlar ile, öğretim ortamı çok zengin ve etkili hale gelmektedir. Beğenme / beğenmeme oranına bakıldığında da, bu oran ezici bir üstünlük ile beğenme lehine %90'ın üzerinde durmaktadır. Derslerden memnun olan kitle büyük bir yüzdeye sahiptir. Buradan derslerin kullanıcılara çok faydalı olduğunu çıkarılmaktadır.

Daha önce belirtildiği gibi dersler ile ilgili soru, düzeltme ve öneriler ilgili dersin hemen altına kullanıcı tarafından yazılabilmektedir. Dersler hakkında binden fazla yorum yapılmıştır. Bu fikirler ders veren eğitmen ve diğer öğrenciler için yol gösterici olmaktadır. Ders hakkında yapılan eleştiriler göz önüne alınarak ders hakkında yeni açıklamalar yapılarak, düzeltme işlemi esnek bir şekilde yerine getirilir. Aynı zamanda, bu yorumlar diğer kullanıcılar için çok yararlı olmaktadır. Burada sorulan sorulara tüm kullanıcılar dahil olup, fikirlerini paylaşabilmekte böylece, daha önce sorulan sorular sayesinde aynı soruların tekrar sorulma gereği bulunmamaktadır.



Şekil 6. İngilizce Dil Öğretimi Uygulamasının Sosyal Medya Etkileşimi

Facebook, Twitter, Google+, Blogger vb. sosyal platformlarda yapılan paylaşımlar ile uygulamanın etkinliği oldukça artmaktadır. Özellikle ülkemizde milyonlarca sosyal medya

kullanıcısını düşünürsek, bu sosyal medya yolu ile çok fazla sayıda kişiye ulaşmak mümkün olmaktadır.

Dersler sürekli olarak güncellenmekte ve kanala abone olan kullanıcılar yeni ders eklendiğinde anında görmektedirler. Altı binin üzerinde abone sayısı sürekli olarak artış göstermektedir. Derslerin favori olarak kaydedilmesi, kullanıcı hesabında tutulur ve kullanıcı daha önce eklemiş olduğu videoyu aramadan buradan izleyebilir.



Şekil 7. İngilizce Dil Öğretimi Uygulamasının Blog İstatistikleri

Destek amaçlı kullanılan blog ile 85 binin üzerinde sayfa görüntülemesi sağlanmıştır. “İngilizce Öğreniyorum” (<http://ingilizceogreniyor.blogspot.com.tr/>) blogu sayesinde dersler tablo halinde düzenlenerek kullanıcılar için tek sayfada tüm derslerin içerik konuları ile birlikte görmeleri sağlanmıştır. Özellikle Youtube’u kullanmayan kullanıcılara ulaşmak için önemli bir adım atılmıştır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Uygulamanın sonuçlarına bakıldığında, Youtube ile İngilizce dil öğretiminin tutumlu inovasyonun temel dayanağı olan daha ucuza elde etme prensibine tam uyduğu görülmektedir. Ülkemizde kronik bir sorun haline gelen İngilizce öğrenimine yönelik oluşturulan Youtube uygulamasının kullanıcılar tarafından çok yararlı olduğu açıkça tespit edilmiştir. Video derslerinin ücretsiz olmasının yanında, özellikle çalışan kişiler için derslerin zaman ve mekandan bağımsız olması çok önemlidir.

Teknolojinin ve internetin sürekli olarak artan etkisi ev, iş, ekonomik, eğitim, sosyal ve kültürel hayatımızda kendisini sürekli olarak göstermektedir. Günümüzde yapılan işler on yıl öncesine göre bile büyük farklılıklar göstermektedir. Sanal dünyanın sunmuş olduğu fırsatları sadece elektronik cihazlardan ürün ve hizmetlere erişim olarak kullanmanın ötesinde, inovasyon ile bütünleşik hale getirerek problemlerimizin çözümünde ve iş yapma modellerinde daha ucuz ve verimli yollar bulmada etkin olarak kullanabiliriz. Dünyada ve ülkemizde ürün ve hizmetlere maddi ve diğer nedenlerden dolayı ulaşmakta sıkıntı çeken kişilere yönelik olarak internet ile hizmet ve ürünlerin daha ucuza elde edilmesi, daha etkin sunulması ve zamanın daha verimli kullanılması mümkündür. Piyasada proje ve diğer isimler altında destek veren tüm kamu ve özel kuruluşların, inovasyon destekli çalışmalara daha fazla kaynak aktarmaları ve teşvik etmeleri, hizmeti sunan ve kullananlar için çok fazla yarar sağlayacaktır.

Kaynaklar

- Agarwal, N., Brem, A., 2012. Frugal and Reverse Innovation – Literature Overview and Case Study Insights from a German MNC in India and China. Proceedings of the 2012 18th International Conference on Engineering, Technology and Innovation.
- Bhatti, Y. A., Ventresca, M., 2013. How Can ‘Frugal Innovation’ Be Conceptualized? Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2203552> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2203552>
- Brem, A., (2011). Linking innovation and entrepreneurship - literature overview and introduction of a processoriented framework, International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, Vo1.14, No.1,ss 6-35.
- Collier, P., 2007. The bottom billion: Why the poorest countries are failing and what can be done about it. Oxford University Press.
- EF English Proficiency Index 2013. Third Edition. <http://www.ef.com.tr/~~/media/efcom/epi/2014/full-reports/ef-epi-2013-report-master-new.pdf>., erişim tarihi: 23/03/2015.
- Fitzgerald, E., Wankerl A., Schramm C., 2011. Inside Real Innovation. World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd. 5 Toh Tuck Link, Singapore 596224: s 13.
- Khanna, T. and Palepu, K. G., 2006. Emerging Giants: Building World-Class Companies in Developing Countries. Harvard Business Review. 84(10):60-72.
- Phills, J. A., Deiglmeier, K., & Miller, D. T., 2008. Rediscovering social innovation. Stanford Social Innovation Review, 6(4): 34-43.
- Prahalad, C. K., (2005). The fortune at the bottom of the pyramid – Eradicating poverty through profits. New Jersey: Wharton School Publishing.
- Youtube, Statistics. <https://www.youtube.com/yt/press/statistics.html>, erişim tarihi: 23/03/2015.
- Zeschky, M., Widenmayer, B., Oliver, G., (2011). Frugal Innovation in Emerging markets: The case of Mettlet Toledo, Research Technology Management; Ju11Aug2011, Vol. 54 Issue 4, ss 38-45.