

GİRİŞİMCİLİK VE MASALLAR ARASINDAKİ SİNERJİNİN TÜRKÇEYİ YABANCI DİL OLARAK ÖĞRENEN GENÇ ÖĞRENCİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Şükriye Nur DALGAÇ¹

Doç. Dr. Gülден TÜM²

GİRİŞ

Bu eleştirel söylem analizinde en yaygın peri masallarından biri olan Perrault'nun herkes tarafından bilinen Külkedisi, her zaman farklı bakış açılarıyla dikkat çeker. Bu makale, Külkedisi'nin girişimci özelliklerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. “Peri masalları, çocuklarda içsel bir anlam taşıdığı için motivasyonel okuma materyallerinde doğal bir tercihtir. Masallar, çocuklarda ilgi uyandıran, onların mutlak doğru ve yanlış algısına hitap eden kristal berraklığında bir dünya sunar.” Bettelheim'a (Worthy ve Bloodgood, 1992: 290) atıfta bulunan Worthy ve Bloodgood durumun önemini vurgulayarak “Külkedisi” masalının hemen hemen her kültürde 700'den fazla versiyonu bulunan peri masalların en çok bilinen ve kopyalananlarından birisi olduğunu belirtmektedir. Kardeşler arası ilişkilerde doğru ve yanlışın zaferi içinde tasvir edilmiştir. Peki Grimm'in “Külkedisi”nden uyarlanan bu peri masalları arasında klasik bir favori olanın arkasındaki eğlence değeri ve ahlâki ders nedir? Psikolog Bruno Bettelheim; masalı, Freudyen bakış açısıyla değerlendirir ve “Külkedisi”nin kardeş rekabeti ve çocukların aile ağındaki kendi sorunlarını çözmelerine yardımcı olan araçlarla ilgili olduğunu savunur. Tüm bunların ardında, “Külkedisi”dünyasında, gizlenmiş çok bilinçli ve bilinçsiz ve karmaşık malzeme vardır. Örneğin, feminist psikolog Madonna Kolbenschlag, yorumlarını “Kiss Sleeping Beauty Good-Bye” adlı kitabında kendisini kahraman bir kadın olmak için eğiten sözde kahraman Külkedisi üzerine odaklar. Külkedisi'nin tavrını analiz eden Kolbenschlag, kadınların başarısının sabırla, zorluklarla karşılaşarak ve saf niyetlerle kendini geliştirerek elde

¹ YL. Öğrencisi, Çukurova Üniversitesi, Adana, Türkiye, sukriyenur.abacioglu@gmail.com,

² Doç.Dr. Çukurova Üniversitesi, Adana, Türkiye, guldentum@gmail.com

Referanslar

- Adventurous (n. d.) In *Cambridge Dictionary*. Retrieved from <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/adventurous>
- Bettelheim, B. (1977). *Kinder brauchen Märchen (The uses of enchantment, dt.-Aus d. Amerikan. übers.*
- v. *Liselotte Mickel u. Brigitte Weitbrecht*) Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt. 225-264.
- Charles Perrault, (1697) „Cendrillon, ou la petite pantoufle de verre,“ *Histoires ou contes du temps passé, avec des moralités: Contes de ma mère l’Oye* Paris
- Creativity (n. d.) In *Cambridge Dictionary*. Retrieved from <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/creativity>
- Daisyme, P. . (2015, August 24). 7 Characteristics of Successful Entrepreneurs. DUE.<https://due.com/blog/7-characteristics-of-successful-entrepreneurs/>
- Daniel Bortz (2018). *9 traits of successful entrepreneurs you should develop*. <<https://www.monster.com/career-advice/article/entrepreneur-traits>> accessed on 10th Sept.2020
- Drakopoulou Dodd, S (2002) ‘Metaphors and Meaning: A Grounded Cultural Model of US Entrepreneurship’
Journal of Business Venturing, 17 (5) pp. 519–35.
- Drakopoulou Dodd, S., & Anderson, A. R. (2007). Mumpsimus and the mything of the individualistic entrepreneur. *International Small Business Journal*, 25(4), 341-360.
- Du Gay, P. (1996). *Consumption and Identity at Work*, London:Sage,
- Hansjörg Hohr (2013) Normativity in Fairy Tales: Scope, Range and Modes of Communication, *Scandinavian Journal of Educational Research*, 57:6, 600-611
- Karagiannaki & Anastasia G. Stamou (2018) Bringing critical discourse analysis into the classroom: a critical language awareness project on fairy tales for young school children, *Language Awareness*, 27:3, 222-242
- Kolbenschlag, M. (1988). *Kiss sleeping beauty good-bye: Breaking the spell of feminine myths and models* (Vol. 4293). HarperCollins.
- Kurzban, Robert. “Another Cinderella Effect? The Affectiveness of Feet”. *Evolutionary Psychology*. Web.March 6, 2012. <<http://epjournal.net/blog/2012/03/another-cinderella-effect-the-x-attractiveness-of-feet/>> accessed on 10th September 2020
- Lang, A. (2020). *The Blue Fairy Book*. Global Grey e-books
- Lewis, K. V. (2014). Public narratives of female entrepreneurship: fairy tale or fact?, *Labour & Industry: a journal of the social and economic relations of work*, 24:4, 331-344
- Meredith B. M. (2010). Learning about Ourselves through Fairy Tales: Their Psychological Value, *Psychological Perspectives*, 53:3, 264-279
- Mitchell, M. B. (2010). Learning about ourselves through fairy tales: Their psychological value. *Psychological Perspectives*, 53(3), 264-279.
- Moxnes, P. (2006). Learning Group Psychology, Leadership and Anxiety Coping by use of Fairy Tales as an Educational Guide, *Nordic Psychology*, 58:1, 5-21
- Ohmer, S. (1993). ‘That Rags to Riches Stuff’: Disney’s Cinderella and the Cultural Space of Animation. *Film History*, 5(2), 231-249.
- Opie, I., & Opie, P. (1974). *The classic fairy tales*. London: Oxford University Press.
- Patel, S. (2017). 10 Essential Characteristics of Highly Successful Entrepreneurs. <https://www.inc.com/sujan-patel/10-essential-characteristics-of-highly-successful-.html>
- Phillips, L. M. (1989). *Using children’s literature to foster written language development* (No. 446). University of Illinois at Urbana-Champaign, Center for the Study of Reading.
- Purcell-Gates, V. (1989). Fairy tales in the clinic: Children seek their own meanings. *Children’s Literature in Education*, 20(4), 249-254.
- Rowe, K. E. (1979). Feminism and fairy tales, *Women’s Studies: An Interdisciplinary Journal*, 6:3, 237-257

- Soininen, J.S., Puumalainen, K., Sjögrén, H., Syrjä, P. & Durst, S (2013) 'Entrepreneurial Orientation in Small Firms-Values-Attitudes-Behavior Approach' *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 19 (6) pp. 611-32.
- Worthy, M. J., & Bloodgood, J. W. (1992). Enhancing reading instruction through Cinderella tales. *The Reading Teacher*, 46(4), 290-301.