

засліплена собою людина, що робить велике зло людям. Людина ти, Амаре!» [2, с. 57]. Самозасліплення, самообман заступають у душі Амара місце віри. Фізичним проявом людського кохання він руйнує не лише свій світ, але й зраджує віру Кет: «Твій обман у тому, що ти – людина. І цим ти вбив у мені Бога. Чуєш? Того самого, що сам відродив» [2, с. 73]. А зрада віри для Амара означає перш за все зраду самого себе, себе того, якого він сам та оточуючі ототожнювали із абсолютним ідеалом віри. На думку одного з дослідників творчого доробку В. Винниченка Д. Гусара–Струка, «найбільший гріх – це зрада самого себе через самообман» [4, с. 25].

Амар – це глибоко–трагічна постать, духовні пошуки якої завершуються повним крахом і втратою ілюзій. Людина взяла на себе обов'язок пророка, щоб зробити життя краще, щоб люди переосмисли своє мирське. Але пророку не вистачило самої віри в те, що він робить. Ілюзія не дала йому змогу побачити реальний світ. Образна система твору спонукає задуматись над величчю й малістю світу й людини, над одвічним змаганням знання й віри, над багатьма іпостасями правди й брехні, відчуті непримиренність різних рівнів свідомості. Читач переймається напруженими роздумами письменника над незглибимою таїною людини, яка ніколи не буде розкрита до кінця. Автор поставив риторичне питання: чи була смерть пророка марною чи його віровчення все ж приведе людство в загублений ним рай? Проте відповіді на це питання людство не знайшло ще й досі.

Джерела та література:

1. Аверинцев С. Софія–Логос. Словник. / С. Аверинцев. – [3–тє видання]. – К. : ДУХ І ЛІТЕРА, 2007. – 650 с.
2. Винниченко В. Пророк та невидані оповідання. Українська вільна академія наук у США. З нашого минулого, 1. / [за ред. Г. Костюка, В. Міяковського, В. Чапленка]. – Нью–Йорк, 1960. – 107 с.
3. Гуменюк В. І. Сила краси : Проблема поетики драматургії Володимира Винниченка : монографія / В. І. Гуменюк. – Сімферополь : ВАТ «Сімферопольська миська друкарня», 2001. – 340 с.
4. Гусар–Струк Д. Що таке «гріх»? / Д. Г. Струк // Володимир Винниченко : у пошуках естетичної, особистої і суспільної гармонії. – Нью–Йорк : Б. в, 2005. – С. 17–25.
5. Кудрявцев М. Драма В. Винниченка «Пророк» як соціально–етична пересторога / Михайло Кудрявцев // Українська мова та література. – 2000. – № 14. – С. 1–3.
6. Мороз Л. «Сто рівноцінних правд». Парадокси драматургії В. Винниченка / Лариса Мороз. – К., 1994. – 208 с.
7. Танюк Л. До проблеми української «пророчої» п'єси. «Каландра» Лесі Українки, «Пророк» Володимира Винниченка, «Народний Малахій» Миколи Куліша / Лесь Танюк // Березіль. – 1992. – № 2. – С. 173–183.

Гриценко И.П.

УДК 811.111;378.143

РОЛЬ МЕТАФОРЫ В ФОРМИРОВАНИИ ИНОЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ У СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

Аннотация. Лингвокультурологический подход к выявлению метафорической структуры концептов, актуальных для сферы делового сотрудничества, позволяет не только понять закономерность использования, но и прогнозировать возможные идиоматические выражения, используемые в определенной культуре для описания этого концепта при помощи языковых средств. Установление подобной взаимосвязи и методические мероприятия, направленные на разработку комплекса соответствующих упражнений, имеет немаловажное практическое значение для повышения «концептуальной беглости» в процессе формирования социокультурной компетентности у студентов экономического профиля.

Ключевые слова: метафора, идиома, концепт, профессионально–ориентированная иноязычная коммуникативная компетентность.

Анотация. Лингвокультурологичний підхід до виявлення метафоричної структури концептів, актуальних для ділової співпраці, дозволяє не лише зрозуміти закономірність використання, але і прогнозувати можливі ідіоматичні вирази, використовувані в певній культурі для опису цього концепту за допомогою мовних засобів. Встановлення подібного взаємозв'язку і методичні заходи, спрямовані на розробку комплексу відповідних вправ, має важливе практичне значення для підвищення "концептуальної побіжності" у рамках формування ініомовної комунікативної компетентності у студентів економічного профілю.

Ключові слова: метафора, ідіома, концепт, професійно–орієнтована ініомовна комунікативна компетентність.

Summary. The relevance of the research results from the necessity to develop socio–cultural competency among university students as it is believed to be one of the essential requirements for effective international business cooperation in the increasingly globalised world.

The scientific novelty of the study lies in the attempt to apply the results of lingua–cultural analysis of conceptual metaphors for the purpose of improving the targeted competency in the process of foreign language acquisition.

The purpose of the article is to reveal the prerequisites for developing socio–cultural component of professional communicative competency.

To achieve this purpose the following objectives have been set in the research work:

- *Define the role of metaphor in conceptual systems of human thought and language taking a conceptual approach to analysis.*
 - *Specify the way conceptual analysis of metaphor-based idioms can be applied to promote conceptual fluency of university students.*
 - *Trace the way culturally-based concepts are reflected in everyday language by a wide variety of expressions on the basis of metaphors «Business is War» and «Office is a Battlefield».*
- Revealing the metaphorical structure of the most relevant concepts specific for business cooperation provides an opportunity not only to understand the consistent patterns of idioms used to reflect these concepts in the particular culture, but to anticipate further idiomatic expressions in terms of the metaphor as well. Detecting this interrelation can help promote conceptual fluency in the process of communicative competency acquisition among economics students.*
- Key words:** *metaphor, idiom, concept, professional communicative competency in a foreign language.*

Интеграция украинской высшей школы в общеевропейское образовательное пространство повлекла за собой ряд реформ в сфере образования, продиктованных качественно новыми требованиями, предъявляемыми к выпускникам ВУЗов. Значительное их количество направлено на изменение профессиональных образовательных стандартов, что вносит коррективы в цели и задачи учебных, рабочих программ, определяющих структуру и содержание дисциплины «Иностранный язык». Конечной целью изучения иностранных языков на неязыковых факультетах ВУЗов следует считать формирование иноязычной профессионально-ориентированной коммуникативной компетенции, проявляющейся в способности к иноязычному общению в устной и письменной форме с целью решения ситуативных задач профессиональной коммуникации и освоения зарубежного опыта в данной сфере.

Учитывая профессионально-ориентированный характер рассматриваемой компетенции, представляется целесообразным уделить особое внимание лингвистическому и социокультурному компонентам коммуникативной компетенции, подробно описанных Дж. Шейлзом[1]. Освоение системно-языковых знаний студентом-экономистом в рамках лингвистической компетенции предполагает изучение специфической лексики, терминологии, устойчивых словосочетаний, реалий и т.п., широко используемых в профессиональной среде в типичных ситуациях делового общения. Социокультурный компонент ассоциируется со способностью осуществлять эффективную профессиональную деятельность, подбирая языковые средства в соответствии с ситуацией, руководствуясь при этом принятыми в иноязычной культуре нормами поведения и культурными ценностями.

Цель настоящего исследования состоит в выявлении предпосылок для формирования социокультурного компонента профессионально-ориентированной коммуникативной компетенции у студентов экономических специальностей.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью формирования социокультурной компетентности у студентов ВУЗов, которая является одним из необходимых условий для эффективного международного сотрудничества в стремительно глобализирующемся мире.

В рамках поставленной цели решались следующие задачи:

- Определить, какую роль играет метафора в понятийных системах человеческого мышления и языка.
- Установить, какое практическое значение имеет концептуальный подход к феномену метафоры и образованным на ее основе идиоматическим выражениям для появления «концептуальной беглости» у студентов ВУЗов.
- Проследить на примере отдельной концептообразующей метафоры как культурно-обусловленные концепты мышления находят свое отражение в языке.

Информация об особенностях национального характера, культурных нормах и предписаниях содержится в различных языковых единицах, наиболее репрезентативным следует считать лексический уровень языка. В случае если одно и то же слово, якобы имеющее одинаковый денотат, вызывает у представителей разных культур несхожие ассоциации, различия в концептуальном членении объективной реальности, отраженные в языковой картине мира, становятся очевидны. К примеру, такие слова как «утро», «день», «вечер», «ночь» и внешне эквивалентные им «morning», «day», «evening», «night» в действительности воспринимаются носителями разных культур не совсем одинаково («2 o'clock in the morning» следует переводить «2 часа ночи», а не «2 часа утра», «last night» – это «вчера вечером», а не «вчера ночью», а русскому приветствию «Добрый день» будет соответствовать английское «Good afternoon», но не «Good day», звучащее резко и даже грубо)[2, с.58]. Известная склонность англичан к ироничному преуменьшению реальной ценности вещей и событий, имеющих к ним непосредственное отношение, выливается в примерно следующую «рекламу» предлагаемых товаров и услуг: «Well, it's not bad, considering» «You could do a lot worse» что соответствует «Ну, с учетом обстоятельств, неплохо» или «Могло быть гораздо хуже» [3, с.95]. При этом подразумевается, что это лучший и наиболее выгодный вариант из всех возможных, в то время как у участников переговоров может возникнуть ощущение, что им предлагают товар невысокого качества.

В ситуации межкультурного взаимодействия в бизнес сфере подобные несоответствия могут привести к разнообразным последствиям – от недопонимания и недовольства друг другом до прекращения дальнейшего сотрудничества и масштабных финансовых потерь. Так, значение социокультурной компетентности для экономиста-международника практически невозможно переоценить. Однако сложность формирования этого умения заключается в том, что восприятие событий и норм другой культуры ограничено рамками собственной, что в значительном проценте случаев существенно снижает степень понимания культурных особенностей. Согласно справедливому замечанию М. Данези, студенты часто «достигают высокого уровня разговорной компетентности, но продолжают думать в терминах

концептуальной системы родного языка» [4, с. 490]. В связи с этим становится ясно, что для формирования подобных навыков в рамках методических мероприятий необходимо разрабатывать специальные упражнения, моделирующие реальные ситуации межкультурного взаимодействия и объясняющие предписания поведения в типичных ситуациях в соответствии с нормами культуры.

Культурные особенности проявляются в языке через систему культурных кодов и концептов, структурирующих действительность в соответствии с национальной «картиной мира». Основоположниками концептуального подхода к исследованию понятийных систем человеческого мышления и языка считаются Дж. Лакофф и М. Джонсон. Метафора, интересовавшая исследователей с античных времен, привлекла к себе пристальное внимание ученых в 20 веке, породив полемику в отношении своей природы, отразившуюся в разнообразии подходов и теорий. Такие известные лингвисты как И. Ричардс, М. Блэк, А. Вежбицкая, Э. Рош, Н.Д. Арутюнова, В.Н. Телия, И.А. Стернин, Е.Л. Шабанова, А.П. Чудинов, А.А. Новоселова, М. Кобозева, Л.В. Балашова и др. активно разрабатывали теорию концептуальной метафоры. Принимая точку зрения авторитетных исследователей, согласно которой «концепт метафорически структурирован, деятельность метафорически структурирована и, следовательно, язык метафорически структурирован» [5, с. 27], следует признать, что метафора, лежащая в основе идиом, являет собой яркий пример культурно-обусловленной концептуализации мира и представляет немалый интерес для исследования как с теоретической, так и практической точки зрения. Для появления столь необходимой студентам, планирующим работать в сфере международного сотрудничества, концептуальной беглости (*conceptual fluency*), профессиональный тезаурус должен обязательно включать в себя не только термины, поиск эквивалентов для которых не представляет сложности в силу их прозрачности, но и образованные на основе метафоры фразовые глаголы, идиомы, раскрывающие особенности национального мировоззрения.

Выявление и объяснение структуры метафоры, определяющей идиоматические выражения, дает возможность не только понять, на каких культурных нормах и предписаниях базируется метафорический перенос в каждом конкретном случае, но и существенно облегчает изучение подобных выражений, позволяя прогнозировать потенциальные лексические сочетания, основанные на определенном метафорическом переносе. Это положение выводится из тезиса, в котором утверждается, что если «метафорический концепт организован системно, то и язык, который мы используем, когда говорим о нем, также характеризуется свойством системности» и проверяется на примере метафорического концепта *Time is Money* (Время – это деньги). При этом проявляется система взаимосвязанных метафорических концептов, характерных для американской культуры: *Time is Money* (Время – это деньги); *Time is a Resource* (Время – это ограниченный ресурс) и *Time is a valuable Commodity* (Время – это ценность), которые находят отражение в языке в форме системно связанных идиоматических выражений [5, с. 28–30].

Рассмотрим такой базовый для студентов экономических специальностей концепт, как «бизнес» и постараемся выявить, каким образом организован этот концепт в мышлении англичан посредством анализа идиоматических выражений, используемых в языке для его отражения. Следует отметить, что в основе значительного количества идиом, описывающих характерные для ведения бизнеса виды деятельности, поведения и реакций четко просматривается метафора «*Business is War*» и системно связанная с ней метафора «*Office is a Battlefield*». Это позволяет предположить, что осуществление экономической деятельности в мышлении англичан представлено в терминах, используемых для описания боевых действий. Если организация принимает решение выйти на рынок, то в рамках метафорических концептов она будет функционировать так, как если бы она вышла на тропу войны и вступила в ожесточенную схватку с противниками (конкурентами, другими участниками рынка).

На начальном этапе необходимо определиться с целями [6, с. 14–16]:

If you don't *set targets*, you never know if you haven't achieved them. (букв. выбрать мишень). – Если вы не *определите* для себя *цели*, вы так и не узнаете, удалось ли вам их достичь.

We have *set our sights* on a 10% increase in turnover this year. (букв. устанавливать прицел). – В текущем году мы *стремимся* увеличить оборот на 10%.

Невозможность предугадать дальнейшую судьбу компании (как и исход битвы) отражено в следующем выражении:

Exporting to some countries can *be a minefield* – corrupt customs officials, endless paperwork and red tape, and slow communications. (букв. минное поле). – Экспорт в некоторые страны *таught* в себе многие *проблемы*: коррумпированные сотрудники таможни, бесконечный процесс оформления документов, бюрократизм и неэффективная передача информации.

Если компания ведет себя неприемлемо и нарушает границы дозволенного – *step out of the line* (букв. выйти из строя) или слишком выделяется на фоне конкурентов – *break ranks with others* (букв. нарушить строй), то она рискует навлечь на себя жесткую критику со стороны средств массовой информации, штрафные санкции правительства и нападки конкурентов:

Because we had to lay off 500 people, we've *taken a lot of flak* in the press. (букв. попасть под огонь зенитной артиллерии). – Мы *подверглись острой критике* в прессе из-за того, что нам пришлось уволить около 500 сотрудников.

We decided to withdraw the faulty product from the market as we didn't want to get *caught in the crossfire*. (букв. попасть под перекрестный огонь). – Мы приняли решение отозвать некачественный товар с рынка, так как опасались *оказаться между двух огней*.

В случае, если компании удалось выйти на перспективный путь развития, то у нее есть все шансы достичь успеха: *go great guns* (букв. идти в парадной форме под барабанный бой), *gain ground on* (букв. занять плацдарм):

The project is finally *going great guns*, just as we planned. – В конечном счете, проект *пошел очень хорошо*, как мы и планировали.

We're definitely *gaining ground on* our main competitors. – Несомненно, мы *опережаем* наших основных конкурентов.

Если же наблюдается неблагоприятный климат для ведения дел, то это еще не повод *сдаваться без боя* – *give up without a fight*. Прежде всего, можно попытаться укрепить свои позиции, объединившись с успешной организацией: *reinforce position, join forces* with a successful company.

Концептуальная теория метафоры позволяет высказать предположение о том, что структурируя в мышлении представлений английской/американской культуры концепт бизнеса по аналогии с концептом войны, данная метафора предопределяет выбор возможных решений проблемных ситуаций из числа тех, которые были бы приемлемы во время боевых действий, исключая альтернативные решения, не вписывающиеся во фрейм исследуемого концепта. Поэтому, если перед компанией стоит цель занять определенную долю рынка, то ее нужно непременно захватывать (*capture a share of the market*), готовясь при этом выдержать битву с конкурентами (*have the battle with competitors*), которые попытаются вытеснить вас с рынка посредством осады (It was obvious that Smiths would close down. They were *surrounded* by big modern supermarkets with more buying power). Если компания не намерена уступать свои позиции, то она будет вынуждена держать оборону (*hold the fort*), а в случае неблагоприятного для нее исхода, падет жертвой обстоятельств или вражеских происков (Small businesses are always the first *casualties* in a recession).

Частным случаем реализации метафорического концепта «Business is War» можно считать связанную с ним метафору «Office is a Battlefield». В его рамках описываются скорее аспекты деятельности индивида и характерные формы межличностного общения в системе бизнес–организации (по аналогии с происходящим на поле боя). Анализ идиоматических выражений, связанных с подобным рода деятельностью выявляет представление об офисе как о месте, полном опасностей и угроз, где необходимо постоянно быть начеку, быть готовым отстаивать свою позицию и соблюдать установленные правила, чтобы не быть уволенным (пасть жертвой военных действий) [6, с. 14–16; с. 26–28]:

I think he's *gunning for* me for some reason. (букв. целиться) – Я думаю, он по какой–то причине на меня *взвелся*.

You didn't need to *stab me in the back* in front of everyone else. (букв. ударить ножом в спину) – Не нужно было *предательски нападать* на меня у всех на глазах.

It's always best to *have your back covered*. (букв. обезопасить тыл) – Всегда лучше *перестраховаться*.

You should *stick to your guns* (букв. не покидать свое орудие). Don't give in. – Тебе следует *придерживаться своих взглядов*. Не сдавайся.

He *got his marching orders* when he turned up late three days running. (букв. получить приказ начинать движение в определенном направлении) – Его *уволнили* после того, как он три раза подряд опоздал на работу.

Согласно терминам этого концепта в сложной ситуации одной из возможных альтернатив действия нужно выбирать ту, которая была бы эффективной на поле боя:

I think the boss is in a bad mood. Just get on with your work and *keep your head down* (букв. затаиться). – Думаю, начальнику не в духе. Продолжай работать и *не высовывайся*.

Необходимо также беспрекословно выполнять приказы руководителей (those who *call the shots* – те, кто сообщают о результатах стрельбы, берут на себя руководство), пробовать свои силы в незнакомых сферах деятельности (*have a shot/a stab at something*). В противном случае можно навредить самому себе (*be one's worst enemy*). Даже такое тривиальное действие как возвращение на рабочие места после обеденного перерыва ассоциируется с возвращением на боевые позиции (*be back on one's posts*).

Таким образом, на примере метафор «Business is War» и «Office is a Battlefield» еще раз подтверждается тезис о том, что метафорически структурированный концепт, присущий определенной культуре, проявляется в языке посредством метафорически структурированных лексических единиц. Выявление метафор, определяющих наиболее актуальные концепты в типичных ситуациях межкультурного делового общения, объяснение структуры этих концептов и системного характера лексических средств языка, используемых для их выражения, имеет немаловажное практическое значение, так как дает возможность не только ознакомиться с культурно обусловленными представлениями о некоем явлении, но и предвидеть, какие языковые средства могут быть использованы для его описания. Представляется целесообразным дальнейшее изучение концептообразующих метафор, отраженных в языке посредством идиоматических выражений и включение подобного материала в систему методических мероприятий для достижения «концептуальной беглости» у студентов экономических специальностей в рамках профессионально–ориентированной коммуникативной компетентности.

Источники и литература

1. Шейлз Д. Коммуникативность в обучении современным языкам. Изучение и преподавание иностранных языков для целей общения / Д. Шейлз. – М.: Совет Европы Пресс, 1995. – 347с.
2. Тер–Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / Тер–Минасова С. Г. – М.: Слово, 2000. – 624 с.
3. Фокс К. Наблюдая за англичанами. Скрытые правила поведения / К. Фокс ; [Пер. с англ. И. Новоселецкой]. – М.: РИПОЛ классик, 2008. – 512с.

4. Danesi M. Metaphorical Competence in Second Language Acquisition and Second Language Teaching: The Neglected Dimensions. // J. A. Alatis (ed.), Georgetown University round table on language and linguistics. – Washington, DC: Georgetown University Press, 1992. – pp. 234– 254
5. Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон; [Пер. с англ. / Под ред. и с предисл. А. Н. Баранова] – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 256с.
6. Wright J. Idioms organizer. Organised by metaphor, topic and key word / J. Wright; [Ed. by J. Hill and M. Lewis]. –Boston: Thompson Heinle Global ELT, 2002. – 293 p.

Исмаил Асаногьлу Керим

УДК 894.322 (Укр=Крмтат)

КЪЫРЫМТАТАР ЭДЕБИЯТЫ ТАРИХИНДЕ «УНУТУЛГЪАН ЯЗЫДЖЫЛАР» МЕСЕЛЕСИНЕ ДАИР

К ВОПРОСУ «ЗАБЫТЫХ ПИСАТЕЛЕЙ» В ИСТОРИИ КРЫМСКОТАТАРСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

***Анотация.** В статье впервые представляются факты биографии и анализ творчества «забытого» и совершенно не изученного крымскотатарского писателя довоенного периода – Джеляля Меинова. Подробно освещается весь жизненный путь писателя, анализируются повествовательные структуры его произведений, выявляются стилистические особенности, определяется специфика словесно-образного художественного мышления авторов. Внимание уделено также такому явлению литературной жизни Крыма, как художественный перевод.*

***Ключевые слова:** Крымскотатарская литература, писатели 1930–х годов, репрессия, война, биография писателя, «Саран пехливан» – «Скупой рыцарь», столичный университет, разработка драматических жанров, переводческая деятельность, Мустафа Давидович, «Зораки табиб» – «Лекарь поневоле».*

***Анотація.** У статті вперше представляються факти біографії та аналіз творчості «забутого» і абсолютно не вивченого кримськотатарського письменника довоенного періоду – Джеляля Меінова. Детально висвітлюється весь життєвий шлях письменника, аналізуються розповідні структури його творів, виявляються стилістичні особливості, визначається специфіка словесно-образного художнього мислення авторів. Увага приділена також такого явища літературного життя Криму, як художній переклад.*

***Ключові слова:** Кримськотатарська література, письменники 1930 –х років, репресія, війна, біографія письменника, «Саран Пехліван» – « Скупий лицар», столичний університет, розробка драматичних жанрів, перекладацька діяльність, Мустафа Давидович, «Зоракі табіб» – «Лікар мимоволі».*

***Summary.** This article is the first presentation of the biographical facts and analysis of the works of "forgotten" and completely unstudied Crimean Tatar writers of the prewar period. This work is devoted to the creative of Jelal Meinov. It's analyzes the poetic and narrative structure of the works of these authors, identifies stylistic features, determined the specificity of word-figurative art thinking of the authors. Attention is also paid to the such phenomenon of literary life in the Crimea, as literary translation .*

***Keywords:** Crimean Tatar literature, writers of the 1930s, repression, war, writer's biography, "Saran Pehlivan" – "The Miserly Knight", Metropolitan University, the development of dramatic genres, translation work, Mustafa Davidovich, "Zoraki tabib" – "Doctor willy-nilly".*

Мевзуньнь актуаллиги. Дженктен эввельки эдебиятымызнын тарихинде бир сыра сымалар бар ки, фаалиетлери, бир тарафтан, кендилерининь алчакъгонъюллиги, чекинчеклиги ве, экинджи тарафтан, советлернинь вахший сиясетлери саесинде эдебий шаматалардан, гурьлемелерден кенарда къалып, сессиз, тынч, сакин, яваш бир шекильде озь деврини кечирдилер. Эм де базылары совет концлагерьлеринден къуртуламайып, базылары исе къуртулып къачып кетселер де, сонъундан бус-бутюн унутылып кеттилер. Буларнынь арасында Джелял Меинов, Умер Сами, Яя Байбуртлы, Мустафа Къуртий, Номан Шейх-заде, Усеин Болатуков, Веис Танабайлы, Халид Шейтов, Ибраим Бахшыш, Юнус Умеров кибилери де булунмакъта. Макъале къалыбынынь шартлары иле сынъырлы олуп биз бу дефа, афсус ки, тек бир зиямыз, яни Джелял Меинов акъкъында ривает айтабилемиз .

Джелял Меинов 1920–нджи сенелери Къырымтатар Девлет театрининь мешхур режиссёры, актёры ве драматургы олгъанына бакъмадан, дженктен сонъ ады ялынъыз авдет йыллары ичинде мейдангъа чыкъып, биографиясы ве иджады узеринде сатхи, яни усть-устген, араштырмалар япылып башланды. Чокъ къыскъа олса да, шахсиети акъкъында айры оларакъ биринджи парча 1997 сенеси «Къырым» газетасында басылгъан эди [1]. Бундан сонъ, азбучукъ ишленип айны сенеси «Йылдыз» журналында да басылды [2].

Вакъыт кечтикче, архивлерде олсун, буюк ве куюк кутюпханелерде олсун ве шахсий къонушма ве хатыралар топлама эснасында кене де базы янъы фактлар, малюматлар пейда олып, басылгъан материалны янъыдан ишлемеге тешвикъ эттилер. Бунынь нетиджесинде янъыдан япылгъан неширлер дюнья юзюни корьди [3]. Джелял Меинов акъкъында сонъки парчаны къырымтатар санат музейининь хадими Садиha Зиядинова бастыргъан эди [4] Бу макъаледе муэллиф якъында музейге такъдим этильген Джелял Меинов иле багълы базы весикъаларгъа эсапланаракъ, эдипининь биографиясына аит къошма малюматлар бермекте. Месея Багъчасарайдаки оджалыгъы заманында, театр ишлерине авес этип, акърандашлары ве достлары олгъан Осман Заатов, Сеттар Мисхорлы, Исмаил Лютфи, Абдулла Терликчи, Осман Акъчокъракълы,