



ISSN 2076-2429

Т р у д ы  
Одесского политехнического  
университета

---

**Научный  
и производственно-практический сборник  
по техническим и естественным наукам**

---

Вып.1(33) — 2(34). 2010

---

Одесса

Министерство образования и науки Украины  
Одесский национальный политехнический университет

*Труды*

**ОДЕССКОГО ПОЛИТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА**

Научный и производственно-практический  
сборник

Вып. 1(33) – 2(34)

2010

Одесса

Министерство образования и науки Украины  
Одесский национальный политехнический университет

Труды Одесского политехнического университета: Научный и производственно-практический сборник по техническим и естественным наукам. — Одесса, 2010. — Вып. 1(33) – 2(34). — 307 с. — Яз. рус., укр.

#### РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

*Малахов В.П.* — гл. редактор, *Кострова Г.В.* — зам. гл. редактора, *Плескач Л.О.* — отв. секретарь, *Андрющенко О.А.*, *Баранов П.Е.*, *Дащенко А.Ф.*, *Нестеренко С.А.*, *Мазуренко А.С.*, *Тонконогий В.М.*, *Алексеева Л.А.*, *Кожухарь В.Я.*, *Куниченко Б.В.*, *Новохатский И.А.*, *Эрайзер Л.Н.*, *Бельтюков Е.А.*, *Грузнов И.И.*, *Продиус И.П.*, *Филиппова С.В.*, *Харичков С.К.*, *Гончарук Г.И.*

Сборник основан в 1996 году, зарегистрирован в Министерстве Украины по делам печати и информации 5 декабря 1996 года, свидетельство серии КВ № 2380

Печатается по решению Ученого совета Одесского национального политехнического университета, протокол № 2 от 28.10.2010.

Компьютерную версию опубликованных материалов можно получить по адресу:  
<http://www.opu.ua>



<i>Л.О. Волощук, О.В. Скаленко.</i> Удосконалення методичного забезпечення аналізу грошових потоків та інвестиційної діяльності промислового підприємства як складових оцінки його фінансового стану.....	256
<i>Э.В. Леус, А.Г. Иващенко.</i> Управление налоговыми рисками .....	262
<i>О.С. Балан, К.В. Ковтуненко, А.А. Атабаева.</i> Побудова системи внутрішнього контролю інвестиційних проектів вітчизняних підприємств .....	268
<i>А.А. Атабаева, С.П. Голубенко.</i> Організаційно-методичні аспекти захисту комерційної таємниці підприємства в умовах функціонування системи внутрішнього економічного контролю .....	271
<i>Т.В. Захарова, В.В. Москаленко.</i> Технология поддержки принятия решений в инвестиционной компании.....	277
<i>С.М. Боняр, Л.М. Крисяк.</i> Организация рейсового планирования работы судов река-море.....	281
<i>К.П. Аветисян.</i> Дослідження ефективності впровадження інноваційних послуг з використанням 3G-технології на прикладі ВАТ “Укртелеком”.....	286

## ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

<i>Л.В. Прокопович.</i> Проблемы понятийного аппарата при исследованиях арт-рынка в сфере выставочной деятельности.....	290
<i>Н.П. Томасевич, М.М. Неврева.</i> Перспектива організації лексикону в процесі дослідження англomовного повідомлення.....	295
<i>Л.Н. Шапа, Е.В. Мардаренко.</i> Семантический сдвиг в атрибутивных причастиях в подъязыках науки и техники (на материале английских подъязыков электротехники).....	298

## ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ

<i>С.П. Мельник.</i> Применение нейролингвистики в педагогическом общении для достижения эффективного взаимодействия .....	303
--	-----

## ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

УДК 061.47

Л.В. Прокопович, канд. техн. наук, доц., Одес.  
нац. политехн. ун-т

### ПРОБЛЕМЫ ПОНЯТИЙНОГО АППАРАТА ПРИ ИССЛЕДОВАНИЯХ АРТ-РЫНКА В СФЕРЕ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Л.В. Прокопович. Проблеми понятійного апарату при дослідженнях арт-ринку в царині виставкової діяльності.* Розглядаються проблеми, що пов'язані з недосконалістю понятійного апарату в царині арт-ринку. Виявляються причини злиття термінів “виставка” і “ярмарок” у сучасному художньому ринку України.

*Л.В. Прокопович. Проблемы понятийного аппарата при исследованиях арт-рынка в сфере выставочной деятельности.* Рассматриваются проблемы, связанные с несовершенством понятийного аппарата в сфере арт-рынка. Выявляются причины слияния терминов “выставка” и “ярмарка” в современном художественном рынке Украины.

*L.V. Prokopovich. The conceptual apparatus problems' of art market researches in the field of exhibition activity.* The problems connected with imperfection of the conceptual apparatus in the field of the art market are considered. The reasons of merge between terms “exhibition” and “trade fair” in the modern art market of Ukraine are defined.

Художественный рынок — одна из наиболее интенсивно развивающихся сфер современной украинской экономики. Об интенсивности процессов, происходящих в этом сегменте, можно судить по количеству выставок, ярмарок, конкурсов и прочих подобных мероприятиях.

Например, ювелирные выставки, которые на начальном этапе своего становления проводились один раз в году, теперь проводятся по два-три раза в год, реагируя уже не на ежегодные, а на сезонные изменения моды [1].

Проблема, однако, заключается в том, что нет четких разграничений между понятиями выставки и ярмарки. Неопределенность терминов, несовершенство понятийного аппарата — одна из проблем и самого рынка, и исследований в его области.

И хоть этимологически слова “выставка” и “ярмарка” имеют различные значения, в современном понимании оба этих термина слились в единое целое, воспринимаются как тождественные. Даже в Постановлении Кабинета министров Украины “Об усовершенствовании выставочно-ярмарочной деятельности в Украине” [2], призванном четко и однозначно регламентировать действия участников выставочно-ярмарочных мероприятий в нашей стране, не проводится разделительная черта между значениями этих двух слов. Статус художественной выставки вообще не определен.

Так, согласно этому документу, “виставка — захід, пов'язаний з демонстрацією продукції, товарів та послуг, який сприяє просуванню їх на внутрішній та зовнішній ринок з урахуванням його кон'юнктури, створенню умов для проведення ділових переговорів з метою укладання договорів про постачання або протоколів про наміри, утворення спільних підприємств, отримання інвестицій” [2].

А как же тогда быть с выставками, не преследующими целью ни заключение договоров на поставку, ни создание совместных предприятий? На художественном рынке другая специфика, но она не отражена в этом документе. Создается впечатление, что арт-рынок выпадает из поля зрения законодательных и исполнительных органов.

Обходят вниманием эту специфику и теоретики в области маркетинга и менеджмента, ограничиваясь фразами, типа: “Следует отметить, что в реальной жизни в качестве выставок нередко рассматривают небольшую экспозицию товаров, услуг и идей, формируемую в познавательных целях, например, организуемые библиотеками экспозиции, посвященные определенным датам или событиям. Такие выставки и их функционирование в дальнейшем не рассматриваются” [3]. То есть авторы просто отмахиваются от неудобной проблемы, связанной с двусмысленностью терминов.

Вместе с тем, ярмарка определяется как “захід, безпосередньо пов'язаний з роздрібною або оптовою торгівлею, що проводиться регулярно в повному місці та у визначений строк” [2].

Другими словами, ярмарка, в отличие от выставки, предполагает непосредственную прямую продажу экспонатов, в то время, как на выставке заключаются договора для последующих поставок и продаж.

Как видно, разница несущественная.

На практике это проявляется в том, что слова “выставка” и “ярмарка” уже почти не употребляются как самостоятельные речевые единицы, образуя устоявшиеся на современном рынке (и не только художественном) словосочетания “выставка-ярмарка”, “выставка-продажа”.

Вместе с тем, в научной, публицистической, критической литературе просматривается тенденция к разделению этих понятий на чисто коммерческое (ярмарка) и духовное, просветительское (выставка) [4].

Поэтому актуальными исследовательскими задачами представляются следующие:

- выявление причин, по которым понятия выставки и ярмарки воспринимаются как тождественные;
- анализ корректности употребления словосочетания “выставка-ярмарка” в условиях специфики украинского арт-рынка;
- рассмотрение необходимости и возможности четкого разграничения понятий выставки и ярмарки.

Ярмарка для Украины — явление более древнее и традиционное, чем выставка. Ярмарки в нашей стране известны еще со времен Средневековья. Их традиции оказались не только “живучими”, но и в отдельных случаях даже стали своеобразными “визитными карточками” некоторых городов Украины. Например, знаменитая Сорочинская ярмарка.

В свете исследуемой проблемы кажется не случайным, что Николай Гоголь при описании Сорочинской ярмарки особое внимание уделил не продаже скота или пшеницы, отдав даже чумакам лишь одну строчку, а керамической посуде как товару не только утилитарному, но и художественному.

“...дорога, верст за десять до местечка Сорочинец, кипела народом, поспешавшим со всех окрестных и дальних хуторов на ярмарку. С утра еще тянулись нескончаемою вереницею чумаки с солью и рыбою. Горы горшков, закутанных в сено, медленно двигались, кажется, скучая своим заключением и темнотою; местами только какая-нибудь расписанная ярко миска или макитра хвастливо выказывалась из высоко взгроможденного на возу плетня и привлекала умиленные взгляды поклонников роскоши. Много прохожих поглядывало с завистью на высокого гончара, владельца сих драгоценностей, который медленными шагами шел за своим товаром, заботливо окутывая глиняных своих щеголей и кокеток ненавистным для них сеном” [5].

В словаре Даля ярмарка определена как “большой торговый съезд и привоз товаров в срочное в году время, годовой торг, длящийся неделями” [6]. Причем различаются ярмарки общие — на всякий товар и частные — на отдельные виды товара (чайная ярмарка, конная и т.п.).

В то же время ярмарка подразумевала не только рынок товаров, но и во многом рынок развлекательных услуг (аттракционы, кукольные театры, зверинцы т.п.). Балаганные представле-





Рис. 1. Сбитенщик и торговец лубками. XIX в.

ния были неотъемлемой частью русской ярмарки. Вот, например, как балаганный зазывала уговаривал посмотреть спектакль “Петрушка” [7]:

Одно кончается —  
Другое начинается!  
Пожалуйста, заходите,  
Петрушку поглядите,  
А денег, если хотите,  
Так хоть и не несите.  
И так пустим посмотреть.  
Не отдадите в кассе —  
Отдадите в балагане...  
Как-нибудь помиримся с вами!  
Пять копеек — деньги небольшие,  
А удовольствия — три короба.  
Заходите! Заходите!

При этом само зазывание носило, бесспорно, театральный характер: зазывала был наряжен добрым молодцем — в алой рубахе, плисовых штанах; декламировал стихи выразительно и артистично.

Да и другие “рекламисты” не отставали. В ярмарочной разноголосице можно было услышать самые разнообразные жанры торгового фольклора: не только велеречивые речитативные уговоры, но и краткие заклички, хитроумные прибаутки. А для усиления эффекта использовались трещотки, губные гармошки, пританцовывания, экспрессивные жесты, необычные детали одежды [7].

При этом нельзя забывать, что именно на ярмарках продавались лубки (рис. 1).

У воспетого Н. Некрасовым сельского коробейника вместе с ситцами, цветастыми платками, яркими стеклянными бусами и колечками всегда были в заплечном коробе и печатные, раскрашенные вручную картинку — лубки.

Несмотря на то, что толковые и энциклопедические словари, как правило, трактуют лубок как картинку простые, доступные, незатейливые, наивные [8], им не отказывают в главном — относят к виду изобразительного искусства.

Ярко раскрашенные, затейливые по рисунку, полные мягкого славянского юмора (рис. 2), они служили украшением избы, придавали немудреному крестьянскому интерьеру красочность и праздничность.

На украинских ярмарках, в частности в Прикарпатье, начиная с конца XIX века, стали появляться аналоги лубочных картинок — иконы на стекле. Собственно, именно лубочные картинку и являлись в отдельных случаях основой для икон: картинку подкладывали под стекло и по виднеющимся контурам проводили гусиным пером с черной краской. Иногда картинку просто подклеивали под стекло и раскрашивали фон [9].

Все это говорит о том, что ярмарка всегда сочетала в себе функции и коммерческие, и художественно-презентационные.

В связи с этим возникает вопрос: так ли необходимо к слову “ярмарка” присовокуп-

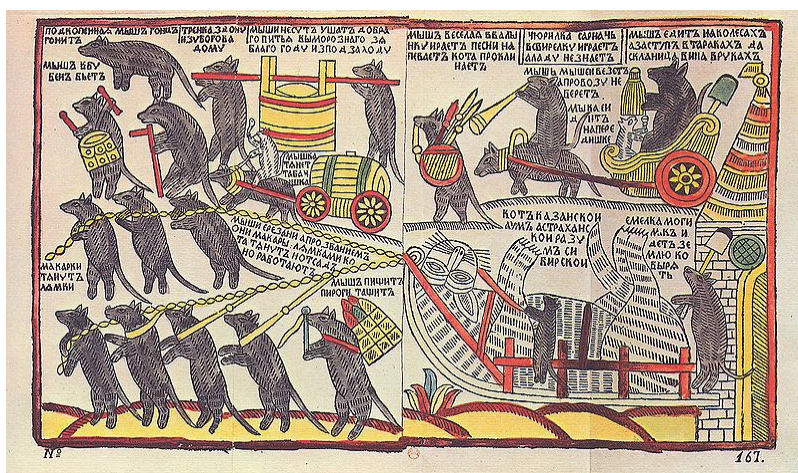


Рис. 2. Как мыши кот хоронили. Лубок. XVIII в.

лять слово “выставка”, когда речь идет о ярмарке художественных товаров?

С точки зрения смыслового содержания этих двух слов, безусловно, нет. С другой же стороны, понятно, что слово “ярмарка” в художественных кругах ассоциируется с чем-то простонародным, наивным и дешевым. Не зря же прилагательное “лубочный” стало в переносном значении использоваться для обозначения низкопробных, рассчитанных на невзыскательный вкус произведений искусства: лубочная литература, лубочная пресса. Слово же “выставка” нивелирует это восприятие, поскольку обозначает явление более престижное, интеллектуальное, элитарное.

Если ярмарки были известны еще со времен Средневековья, то выставки пришли в нашу страну намного позже, в XVIII—XIX вв. с развитием русской салонной культуры, привнесенной из Франции. Еще позже появились творческие объединения художников, которые тоже организовывали свои выставки, но уже для более широкой публики, чем салоны, с целью получения известности, а также продажи своих произведений.

При этом выставка всегда позиционировалась как публичная демонстрация достижений в области материальной и духовной деятельности человека.

Одной из первых крупномасштабных выставок, преследующих такие цели, стала в 1896 г. Всероссийская выставка в Нижнем Новгороде. Кроме новинок в области сельского хозяйства и промышленности, здесь были представлены достижения науки, образования, искусства. “Смотреть нашу выставку, — говорил Д.И.Менделеев, руководивший химическим павильоном, — значит узнавать, учиться, разбирать, мыслить, а не просто “гулять”, смотреть и отдыхать” [10]. При этом все атрибуты ярмарки здесь тоже присутствовали: оркестр, театральные постановки, карусель, ряженные крестьянки в огнеупорной деревне и пр. Не обошлось и без традиционного для русской ярмарки танцующего медведя. Правда, на этот раз его роль выполнял тюлень. “Главным экспонатом внезапно и совершенно неожиданно сделался “говорящий тюлень” на террасе мамонтовского павильона, — вспоминал об этой выставке А.Амфитеатров. — Когда он издох, начальство было серьезно опечалено, потому что прилив посетителей, и без того ничтожный, еще сократился” [11]. Примечательно, что и в мемуарах участников и организаторов, и в прессе того времени эта выставка именовалась то выставкой, то ярмаркой.

Это еще один пример того, что в ярмарке неизменно присутствует элемент выставочности, в то время как выставка далеко не всегда подразумевает наличие коммерческой составляющей.

Поэтому многие исследователи современного арт-рынка настаивают на четком закреплении за словом “выставка” понятия выставочного мероприятия, не преследующего торговых (коммерческих) целей. К таким мероприятиям относятся, прежде всего, выставки произведений искусств из коллекций музеев, не предназначенных для продажи, и выставки, организуемые при проведении конгрессов [4].

Но на данном этапе развития украинского арт-рынка такого закрепления нет.

Более того, проведенный анализ показывает, что в этом не заинтересованы сами участники выставочно-ярмарочного процесса. Ведь получается, что слово “ярмарка” используется для обозначения коммерческого статуса предприятия, а слово “выставка” носит чисто рекламный характер, выступая как инструмент маркетинга. А поскольку рынок (любой рынок, не только художественный) не мыслим ни без того, ни без другого, то, скорее всего, эта тенденция еще долго будет сохраняться.

## Литература

1. Прокопович, Л. Украинский флюорит в ювелирном искусстве / Л Прокопович // Аркадія. — 2007. — № 3(17). — С. 38 — 40.
2. Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні. Постанова Кабінету міністрів України від 22 серпня 2007 р. № 1065 [Электронный ресурс] / <http://www.kmu.gov.ua/kmu/control/uk/cardnpd>. — 03.03.2010 г.
3. Современная концепция ярмарок и выставок. INTEREXPOTUR [Электронный ресурс] / [http://www.interexpotur.ru/kinds\\_6.php](http://www.interexpotur.ru/kinds_6.php). — 03.03.2010 г.



4. Гусев, Э.Б. Выставочная деятельность в России и за рубежом / Э.Б. Гусев, В.А. Прокудин, А.Г. Салашенко. — М.: Дашков и К°, 2004. — 244 с.
5. Гоголь, Н. Петербургские повести. Вечера на хуторе близ Диканьки: Повести / Н. Гоголь — К.: Комсомол. правда — Украина, 2008. — 320 с.
6. Даль, В. Толковый словарь живого великорусского языка: В 4 т. / В. Даль — М.: Рус. яз., 2000. — Т. 4. — 688 с.
7. Ученова, В. Реклама в истории человечества / В. Ученова // Наука и жизнь.— 2002. — № 12. — С. 24 — 29.
8. Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. А.М. Прохоров. — М.: Сов. энцикл., 1984. — 1600 с.
9. Островский, Г. Украинская народная живопись на стекле / Г. Островский // Панорама искусств. — 1982. — № 5. — С. 246 — 255.
10. Менделеев, Д. Впечатления Всероссийской выставки в Нижнем Новгороде / Д. Менделеев // Новое время. — 1896. — 5 июля.
11. Амфитеатров, А.В. Жизнь человека, неудобного для себя и для многих / А.В. Амфитеатров. Т.1. — М.: Новое литературное обозрение, 2004. — 584 с.

Рецензент д-р искусствоведения, проф. Одес. нац. политехн. ун-та Баканурский А.Г.

Поступила в редакцию 7 апреля 2010 г.

*Труды*  
**ОДЕССКОГО ПОЛИТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА**

Научный и производственно-практический  
сборник

Вып. 1(33) – 2(34). 2010

*Машиностроение. Технология металлов.*  
*Материаловедение*

*Энергетика. Теплотехника. Электротехника*

*Компьютерные и информационные сети и системы.*  
*Автоматизация производства*

*Электроника. Радиотехника. Средства телекоммуникаций*

*Проблемы фундаментальных и прикладных наук*

*Химия. Химтехнология*

*Экономика*

*Гуманитарные науки*

*Высшее образование*

Редакторы

Кострова Г.В.

Мозель Л.Н.

Плескач Л.О.

Компьютерная верстка

Прокопович И.В.

Адрес редакции: Украина,  
65044, Одесса-44,  
просп. Шевченко, 1,  
ОГПУ, комн. 313

---

Сдано в набор 28.10.2010. Подписано в печать 30.10.2010. Ризографическое издание.  
Заказ 635. Формат 60x88/8. Тираж 300 экз. Усл.-печ.л. 35,81. Цена договорная

---

Издательство и типография "ТЭС" (Свидетельство ДК № 771)  
Одесса, ул. Канатная, 81/2. Тел. 429098

**ОТПЕЧАТАНО С ГОТОВЫХ ОРИГИНАЛ-МАКЕТОВ**