

В рамках культурной деятельности существует несколько сфер, в которых рыночный механизм имеет свою специфику. Можно выделить исполнительские искусства, конечный продукт которых не имеет вещной формы, неотделим от процесса производства и, соединяясь с условиями потребления, предстает в виде культурной услуги. Услуги нематериального характера предлагают на рынке культурных благ и такие организации культуры, как музеи, галереи, библиотеки, учреждения клубного типа и т. п. Присутствуют на рынке и продукты культуры, имеющие вещную форму, — произведения изобразительного искусства, иные художественные ценности, обладающие материальным носителем и т. п. Указанная специфика конечного продукта культуры определяет особенности факторных рынков в данной сфере.

Факторы производства и факторные рынки. Нематериальный характер многих культурных благ обуславливает наличие особенностей в отношении собственности на продукты культуры и факторы их производства. Сама же собственность на конечный продукт, создаваемый в организациях культуры, — спектакль, концертную и цирковую программу, выставочную экспозицию, публичное мероприятие в клубе и библиотеке и т. п., представляет собой разновидность интеллектуальной собственности. Причем применительно к художественному произведению корректным следует считать использование понятия права или комплекса прав на конечный художественный продукт, близких по своей природе к авторским и смежным с ними правам

Обратим внимание на ограниченное понимание прав собственности на конечный продукт организаций культуры, бытующее в среде российских законодателей и сведенное ими лишь к непосредственным правам авторов текстов, а также к смежным с ними правам исполнителей. Такой подход оставил вне зоны регулирования отношения собственности на конечный продукт организаций культуры в целом. И если в обстоятельствах централизованной плановой экономики это не имело особого значения, то в условиях рынка ситуация изменилась. При объективном и очевидном ослаблении государственного контроля сохранение прежних представлений о правах на конечный продукт порождает лишь нецивилизованные формы его присвоения.

Именно поэтому выделение имущественного права на художественный продукт в целом и закрепление этого права за конкретным владельцем (организацией культуры) является, по существу, одним из условий легитимизации рынка культурных благ. Одновременно с ним нужно иметь в виду соотношение уже защищаемых за коном авторских и смежных прав с правами на конечный продукт в целом. И те и другие должны подчиняться общему принципу — право на целое не может ущемлять права на часть, а право на часть не замещает права на целое.

Все имущественные права могут частично или полностью отчуждаться. Причем авторские и смежные с ними права строго персонифицированы и регулируют

отношения собственности применительно к отдельным составляющим конечного продукта культуры (пьесы, музыки, циркового номера, режиссерского решения, плана музейной экспозиции, сценарий публичного мероприятия и т. п.). В отличие от них за имущественные права на продукты культуры в целом может «конкурировать» вся совокупность его создателей. Речь идет об авторах литературных и музыкальных текстов, постановщиках, интерпретаторах литературных и музыкальных текстов, исполнителях, интерпретаторах постановочных решений, продюсерах (физических и юридических лицах, объединивших людей различных профессий в единый коллектив и внесших организационный и/или финансовый вклад в создание конечного продукта культуры

Подобная специфика собственности на конечный продукт организаций культуры порождает особенности в использовании факторов производства и, прежде всего, живого творческого труда. Сопоставляя деятельность различных организаций культуры, можно сделать общий вывод — для них характерны как отношения с собственниками (владельцами прав на интеллектуальную собственность), так и непосредственное использование труда наемных работников. При этом трудовые отношения с наемными работниками и отношения с владельцами интеллектуальной собственности имеют принципиальные отличия. В одном случае продается живой творческий труд работника, участвующего в коллективном процессе создания культурного блага, в другом — предметом купли-продажи являются права на использование уже созданного продукта культуры, т. е. имущественные права, принадлежащие конкретному лицу или группе лиц. И в том и в другом случае возникают особые факторные рынки: рынок творческого труда и рынок имущественных прав на созданные продукты культуры. Причем если рынок труда, пусть в искаженной форме, но все же существовал и раньше, то рынка имущественных прав на конечный продукт культуры в России никогда не было. Следует подчеркнуть, что легитимное формирование этого рынка является важной практической задачей, решение которой может значительно улучшить экономическое положение организаций культуры. Дело в том, что закрепление прав на созданный конечный продукт и превращение этих прав в продукт рынка обеспечит организациям культуры возможность получения дополнительных финансовых ресурсов.

Еще одной специфической чертой рынка культурных услуг является, как уже отмечалось, соединение созданного продукта с условиями его потребления. Последние определяются в основном характеристиками зрительных залов (видимость, акустика, комфорт, количество мест) и параметрами музейных, библиотечных и клубных помещений (размер площадей и приспособленность зданий).