

ПРИНЦИП ВІДКРИТОСТІ КОМУНІКАЦІЙ У ВІДНОСИНАХ МІЖ СУБ'ЕКТАМИ РИНКУ ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА

Ткаленко К.В.

Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності Національної академії правових наук України, м. Київ

В роботі розглянуто питання ролі принципу відкритості комунікацій у відносинах між суб'єктами ринку образотворчого мистецтва.

Проблема прозорості (транспарентності) бізнесу практично розробляється з 70-х років 20 століття в контексті розвитку теорії та практики корпоративного управління [2]. Так, згаданий принцип є досить новим у теорії правового регулювання ринкових відносин, особливо у сфері комерційного обігу творів образотворчого мистецтва.

Потреба відкритості або прозорості об'єктивно спрямована на створення та підтримання стійких механізмів узгодження інтересів, в межах яких суб'єкти ринку можуть домовитись про співпрацю. А. Чуклінов вважає, що прозорість передбачає наявність у системі правових відносин широких каналів взаємопроникнення для всього спектра соціальних, економічних і політичних сил та має соціально-комунікативний характер [1, с.44].

В межах сучасної теорії інформаційного суспільства принцип відкритості комунікацій покликаний давати можливість вичерпного представлення суспільних структур та індивідів у загальному інформаційному полі і передбачає доступність, швидкість, високий ступінь структурованості інформації та наявність постійного зворотного зв'язку.

Варто зазначити, що принцип відкритості комунікацій набуває своєї важливості та практичної ефективності у відносинах між суб'єктами торгового процесу разом з такими основоположними принципами права, як рівність сторін та вільне волевиявлення.

Відкрита взаємодія є особливо важливою при здійсненні публічної торгівлі творами образотворчого мистецтва, колективного управління майновими правами авторів, реалізації права слідування, тощо.

Таким чином, принцип відкритості комунікацій є важливим для взаємодії між суб'єктами ринку образотворчого мистецтва на умовах рівноправності для дотримання тактичних і стратегічних інтересів. Практика показує неможливість і неприпустимість замкнутості у відносинах між суб'єктами ринку, так як вони мають бути взаємовигідними для нормального функціонування та розвитку ринку образотворчого мистецтва.

Література:

1. Чуклинов А.Е. «Прозрачная» государственная политика: некоторые проблемы теории и практики/ А.Е. Чуклинов// Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. – 2006. - № 8.- С.44-50.
2. Прозорість бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Прозорість_бізнесу