

**KAMRAN İMANOV**

**ƏQLİ MÜLKİYYƏTİN  
YENİDƏN DƏRK EDİLMƏSİ  
VƏ KREATİV İQTİSADİYYAT**

**BAKI – 2024**

**Kamran İmanov,**

Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət

Agentliyinin İdarə Heyətinin sədri.

**Əqli mülkiyyətin yenidən dərk edilməsi və kreativ  
iqtisadiyyat. Bakı, 2024**

Bu kitabça Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyinin İdarə Heyətinin sədri Kamran İmanovun Əqli Mülkiyyət Agentliyinin Ümumdünya Əqli Mülkiyyət Təşkilatı ilə birgə 2-3 dekabr 2024-cü il tarixlərində keçirilən “Kreativ iqtisadiyyat: data modeli, ölçülməsi və əqli mülkiyyət” mövzusunda beynəlxalq (regional) seminarda etdiyi giriş sözü və “Əqli mülkiyyətin yenidən dərk edilməsi və kreativ iqtisadiyyat” adlı prezentasiya əsasında hazırlanmışdır.

© Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət  
Agentliyi, 2024

# MÜNDƏRİCAT

Giriş sözü .....	5
Əqli mülkiyyətin yenidən dərk edilməsi və kreativ iqtisadiyyat .....	25
1. Əqli mülkiyyət (Copyright), yaradıcılıq (Creativity) və kreativ industriya (Creative industry) .....	25
2. Kreativlik konseptinin mənası və “kreativ iqtisadiyyat” (industriyalar) anlayışının tərifləri .....	43
3. Kreativliyə aid konseptlərin inkişafının xronologiyası .....	50
4. Azərbaycanca kreativ industriyalar .....	57
5. Milli modelin çatışmazlıqları və qeyri- səlis modelləşməyə keçidin imkanları .....	64



## GİRİŞ SÖZÜ

**Hörmətli ÜƏMT nümayəndələri!**

**Qardaş Türkiyə, Qazaxıstan, Qırğızıstan və Özbəkistan respublikalarını təmsil edən hörmətli dostlar!**

**Hörmətli rəsmi qonaqlarımız!**

**Hörmətli media nümayəndələri!**

**“Kreativ iqtisadiyyat: data modeli, ölçülməsi və əqli mülkiyyət” mövzusunda həsr olunan beynəlxalq regional seminarın iştirakçıları!**

Sizi Azərbaycan Respublikası Əqli Mülkiyyət Agentliyinin (ƏMA) və Ümumdünya Əqli Mülkiyyət Təşkilatının (ÜƏMT) birgə təşkilatçılığı ilə keçirilən bugünkü tədbirimizdə salamlayıram.

**Xoş gəlmisiniz!**

Bildiyiniz kimi, bir neçə gün əvvəl dünyanın diqqəti Azərbaycana yönəlmişdi. Bu da səbəbsiz deyildi, ölkəmiz COP29-a ev sahibliyi edirdi. Bu möhtəşəm tədbirin başa çatmasından cəmi bir ne-

çə gün keçir. Böyük qürur hissi ilə yenidən bildirək ki, 196 ölkəni təmsil edən 75 min iştirakçı qeydiyyatdan keçmişdi. Onların sırasında 80 ölkənin prezidenti, vitse-prezidenti və baş naziri də vardı.

Tədbir 3500-dən çox media nümayəndəsi tərəfindən işıqlandırılmışdır, 4500-dən çox reportaj hazırlanmışdır.

Məmnunluq hissi ilə bildirirəm ki, ÜƏMT-nin Müəllif hüquqları və kreativ sənayelər bölməsinin direktor müavini cənab Dimiter Qançevin rəhbərlik etdiyi nümayəndə heyəti bu gün bu salonda bizimlədir. İki gün davam edəcək görüşümüzdə ÜƏMT-nin peşəkar mütəxəssislərinin kreativ iqtisadiyyatın müxtəlif istiqamətlərinə dair maraqlı məruzələrini dinləyəcəyik. Əqli mülkiyyətin (ƏM), o cümlədən müəlliflik hüquqlarının kreativ iqtisadiyyatın inkişafında payı barədə düşüncələrimizi bölüşəcək və fikir mübadiləsi aparmaq fürsəti əldə edəcəyik. Həmçinin tədbir iştirakçıları bu sahədə Azərbaycan təcrübəsi barədə dolğun məlumat əldə edə biləcəklər.

Bugünkü regional seminarın xüsusi əhəmiyyətini qeyd etməliyəm. Konfransın özü müəyyən mənada **innovasiyadır**: yeni yanaşma və yeni həllər yolu ilə çıxış edir.

Yaradıcılığı, ixtiraçılığın və özünüifadə etməyin fundamental insan bacarığını əsas götürərək konfrans həmin keyfiyyətləri davamlı iqtisadi artımın əsas drayveri kimi təsvir edir, ÜƏMT-nin yeni hazırlanan CEDM modelinin tətbiqi təklifini nəzərimizə və tətbiq etməyimizə dəstək göstərir.

CEDM – Kreativ İqtisadiyyatın Data (məlumat) modelidir və model empirik dataların toplanmasında kreativ iqtisadiyyatın dəyərlənməsində çoxşahəli ölçü aləti rolunu oynayan və geniş faktorların nəzərə almasına imkan yaradan yanaşmadır.

Burada kreativ (yaradıcı) məhsul istehsalatı olan institutsional mühit kreativ istehsalını tələb edən resurslar və kreativ sektorun iqtisadiyyata təsirini göstərən kreativ (yaradıcı) nəticələr cəmləşir.

Bu cür yanaşma yenidir, daha dərin, mükəmməl aspektləri ilə yanaşı, sosial və mədəni aspektlərini də nəzərə alır və bu modeldə ƏM-in rolu, xüsusən müəlliflik hüququnun əhəmiyyəti qabarıq şəkildə göstərilir.

Bir mütəxəssis kimi mən bu yanaşmanın açıqlanmasının tərəfdarıyam. Çünki onun kökləri ƏM-in yenidən dərk edilməsindən irəli gəlir, daha sistemli yanaşmanın təzahürüdür. Son illər beynəlxalq, avrasiya və milli tədbirlərdə öz çıxış, məruzə və prezentasiyalarımda əqli mülkiyyətin yenidən dərk edilməsinin tərəfdarı kimi çıxış edərək, ƏM fenomeninin hüquqi, iqtisadi və sosio-mədəni aspektlərinin birgə təhlilinin tərəfdarıyam. ƏM-i yalnız hüquq (yurisprudensiya) mövqeyindən deyil, onun iqtisadi və sosio-mədəni təsirinin təhlili tərəfdarıyam.

Bir sözlə, ƏM yalnız hüquqlar deyil, hüquqlar ilə təmin edilmiş əqli mülkiyyət obyektləri olmasının və bu növ baxışda hüquqi çərçivəyə daxil



olmuş iqtisadi və sosio-mədəni effektin nəzərə alınmasının tərəfdarıyam.

### **Hörmətli dostlar!**

Azərbaycanın əqli mülkiyyət idarəetmə sisteminin qarşısında duran vəzifələr strateji sənədlərdə öz əksini tapır.

Azərbaycan davamlı inkişafını təmin edən fəal iqtisadi və institusional islahatlar ölkəsidir. Dövlət başçısının qərarları ilə əqli mülkiyyət sisteminin qarşısında duran vəzifələr müəyyən edilmiş, onun ölkə prezidentinin təşəbbüsü ilə həyata keçirilən iqtisadi islahatlar siyasətinə, innovativ inkişafa yönəlmiş adekvat xidmət göstərməsini qarşıya məqsəd qoymuşdur. Hələ 2012-ci ildə Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin Sərəncamı ilə qəbul edilmiş və uğurla həyata keçirilən “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyasında əqli mülkiyyət ölkənin inkişafının prioritet istiqamətlərindən biri kimi göstərilmişdi.

Azərbaycanın hazırkı, keyfiyyətə yeni 2022-2030-cu illər üçün strateji inkişaf mərhələsində də əqli mülkiyyətə müasir inkişaf ideologiyasının həyata keçirilməsinə mühüm töhfə verən əsas faktor kimi böyük əhəmiyyət verilir. “Azərbaycan 2030: sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər” və “Azərbaycan Respublikasının 2022–2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyası” adlı proqram sənədlərində qeyd olunur ki, sosial-iqtisadi inkişafın yeni modeli ölkənin bütün sahələrində 2030-cu ilədək həyata keçirilməsinin əsasını yaradıcı sahibkarlar, məhsuldar investisiyalar, innovasiyalar və rəqabətli bazarları dəstəkləyən əqli mülkiyyətin inkişafı təşkil edir.

Sənədlərdə əqli mülkiyyətin üstünlük təşkil etdiyi **kreativ iqtisadiyyatın dəstəklənməsi və inkişaf etdirilməsi**, yaradıcı sahibkarlar və mütəxəssislərlə müasir rəqəmsal texnologiyalar arasında əməkdaşlığın gücləndirilməsi, eləcə də peşəkar kadr hazırlığının keyfiyyətinin yüksəldilməsi

zərurəti göstərilir. **Yaradılan Əqli Mülkiyyət Agentliyi bu məqsədlərə qulluq etməlidir.**

### **Hörmətli dostlar!**

Tədbirdə Azərbaycanın ƏM sistemi ilə tanış olmayan xarici mütəxəssislərin olmasını və marağını nəzərə alaraq bir neçə fikrimlə bölüşmək istəyirəm.

ƏM-in ekosistemi qurularaq, ölkəmizdəki islahatların ƏM-lə əlaqəli təsiri və ƏM-in dəyişmiş, yenidən dərk edilən kontekst amilləri nəzərə alınıb.

ƏM qarşısında duran vəzifələr dövlət başçısının innovasiyalı inkişafı ilə bağlı yürütdüyü iqtisadi islahatlar siyasəti ilə formalaşdırılıb. Bununla da ƏM bu siyasətin təsirinə və innovativ inkişafına adekvat xidmət etməlidir, investisiyaların cəlb edilməsində və innovasiyalara dəstək verilməsində real aktora çevrilib, öz-özlüyündə abstrakt xidmətin vasitəsindən sosial-iqtisadi uğurların aparıcı amillər sırasında öz yerini tutmalıdır.

Beləliklə, dövlət başçısının göstərişindən irəli gələn çevik, daha yığcam və daha məqsədyönlü struktur vasitəsilə sahələrin idarə edilməsi, şəffaflığın, səmərəliliyin və cavabdehliyin təmin olunması məqsədilə Əqli Mülkiyyət Agentliyi yaradılıb, onun mandatı həm müəlliflik hüquqları və əlaqəli hüquqlar sahəsini, həm də sənaye mülkiyyəti sahəsini əhatə edir. Agentliyin tabeliyində üç müstəqil mərkəz – Patent və Əmtəə Nişanlarının Ekspertizası Mərkəzi, Əqli Mülkiyyət Hüquqlarının Təminatı Mərkəzi, Texnologiyaların Kommersiyalaşdırılması və Transferi Mərkəzi yaradılıb, Respublika Elmi-Texniki Kitabxanası Agentliyin tabeliyinə verilib.

Agentliyin aparatı dövlət qulluğuna və statusu mərkəzi icra hakimiyyəti orqanına bərabər tutularaq dövlət büdcəsindən maliyyələşdirilir, tabeliyində olan Mərkəzlər ƏMA-nın fəaliyyətindən əldə olunmuş vəsaitlər hesabına saxlanılır.

Ümumi struktur **transaksiya xərcləri** nəzərə alınması ilə optimallaşdırılıb.

Məlum olduğu kimi, ƏM təşkilatının fəaliyyətinin son məhsulu ƏFN-ə qorunan obyektlər statusunun və ya onların qorunma müddətinin uzadılması (sənaye mülkiyyəti), habelə, qanunla (Copyright) qorunan ƏFN-nin dəstəkləmək üçün hüquqi əhəmiyyətli qərarların verilməsidir.

Agentliyin son məhsuluna, bundan savayı, əqli mülkiyyət hüquqlarının (ƏMH) qorunma sənədlərinin və qəbul edilən göstəricilər vasitəsilə iqtisadi təsirinin təhlili və sosio-mədəni effektinin müəyyən edilməsi də daxildir.

Vahid idarəetmə və ya korporativ prinsiplərə əsasən qurulmasından asılı olmayaraq, struktur iyerarxikdir, qərarların qəbulu transaksiyalar yaradır və daxili (idarəetmə) xərclərin azaldılması səmərəli fəaliyyətin zəruri şərtidir. Transaksiyaların azaldılması Nort-Kouz nəzəriyyəsinə əsasən, inteqrasiya və kooperasiya yolu ilə əldə edilir və xərclərin azaldılması funksional və xidmət şöbələrinin tam və ya qismən birləşməsi, yəni aşağıdakıların yaradılması ilə əldə edilir:

- vahid maliyyə şöbəsi (ola bilsin qismən);
- vahid hüquq şöbəsi (ola bilsin qismən);
- vahid İT şöbəsi;
- vahid PR şöbəsi və s.

Bu xidmətlər əsas təşkilatda, onların nümayəndələri isə tabeliyində olan strukturlarda ola bilərlər.

Məsələ ondadır ki, iqtisadi qarşılıqlı əlaqənin xərcləri var və onlar neoklassik modeldə sıfır hesab olunursa, Kouz teoreminə görə onlar müsbətdir. Duqlas Nortun nəzəriyyəsi – neo-institusionalizm daxilində transaksiya xərclərini minimuma endirməlidir.

Patent sahəsində ixtiraçıların və sahibkarlıq subyektlərinin yaradıcılıq fəaliyyətinin dəstəklənməsi məqsədilə sənaye mülkiyyəti obyektlərinin qeydiyyatı üçün iddia sənədlərinin qəbulu Əqli Mülkiyyət Agentliyində yaradılan “Patentlərə, Əmtəə Nişanlarına Açıq Hədəf” (PƏNAH) rəqəmli informasiya sistemi vasitəsilə həyata keçirilir.

PƏNAH rəqəmli sistemi 24/7 rejimində fəaliyyət göstərir və qeydiyyatın istənilən yerdən və istənilən vaxt təşkilidir.

Şəffaflığın və məlumatlara əlçatanlığın təmin olunması sahəsində növbəti addım olaraq Sənaye Mülkiyyəti Obyektlərinin Reyestri – ixtiralar, faydalı modellər, sənaye nümunələri, əmtəə nişanları və coğrafi göstəricilərə dair “Açıq reyestrlər” yaradılmışdır. Hər kəs “açıq reyestrlər”ə maneəsiz və ödəniş etmədən daxil ola, o cümlədən, patent almaq istəyən və ya əmtəə nişanını qeydiyattan keçirmək istəyən şəxs patentlər və əmtəə nişanları barədə məlumatları əldə edə bilər.

Yeni infrastruktur layihələri sırasında yaradılmış “Çağrı Mərkəzi”nə orta hesabla il ərzində 24 mindən çox müraciət daxil olur.

ÜƏMT müasir çağırışlara cavab verən milli əqli mülkiyyət ofislərinin yaradılmasına aid təlimatların hazırlanması məqsədilə dünya üzrə 204 ofis arasından 15 ölkənin mükəmməl idarəetmə strukturuna və inzibatçılıq mexanizmlərinə malik

olan ofisləri sırasına Azərbaycan Əqli Mülkiyyət Agentliyini də daxil edib.

MDB məkanında fəaliyyət göstərən Avrasiya Patent Təşkilatı (APT) əqli mülkiyyət sahəsində Azərbaycanın müsbət təcrübəsini nəzərə alaraq, “Müasir əqli mülkiyyət ofisinin formalaşması və fəaliyyəti” mövzusunda geniş prezentasiya və məqalə sifariş edərək, onu Moskvada nəşr olunan tanınmış peşəkar “Əqli mülkiyyət: Sənaye mülkiyyəti” jurnalının xüsusi buraxılışında (2023, №5) dərc etdirmiş və Avrasiya Patent Təşkilatının rəhbəri tərəfindən həmin təcrübədən geniş istifadə etmək tövsiyə olunmuşdur.

ƏM obyektlərinə iddia sənədlərinin ekspertiza müddəti orta hesabla 30%-50% qısaldılmışdır. BDU və AZMIU-da əqli mülkiyyət kafedraları yararıb, filialları Əqli Mülkiyyət Agentliyində fəaliyyətdədir və 30-a qədər işçilərimiz dərs prosesinə cəlb edilib.



Aparılan islahatlar nəticəsində biz Cənubi Qafqazda patent sifarişləri üzrə, yəni ixtira fəallığı üzrə lider dövlətik.

Kreativ industriyalar, iqtisadi artım, inkişaf və ƏM-in qorunması mürəkkəb şəkildə olsa da, bir-birinə bağlı olan anlayışlardır. Odur ki, Agentlik tərəfindən icmal formasında araşdırma aparılıb. Beynəlxalq empirik tədqiqatlardakı sadalanan üç komponentin ikisi – ƏM-in qorunması və iqtisadi artım arasındakı asılılıq müəyyən edilib.

**Birincisi**, elm dünyası və təcrübəli mütəxəssislərin fikri eynidir – ƏM-in müxtəlif formalarının qorunması ümumiyyətlə cəmiyyətin iqtisadi həyatına müsbət təsirindən ibarətdir. Bununla belə, ƏMH-nın iqtisadi artıma təsirinin ölçülməsi şübhə altına da alınır və onun səbəbinin asılılığın multifaktorlu olduğundan və burada istifadə olunmayan faktorların hesabına təsirin olduğu kimi müəyyən edilməsi mümkünsüz hesab edilməsi fikri də mövcuddur.

**İkincisi**, araşdırmalar göstərir ki, ƏMH-nın qorunması və iqtisadi artım qarşılıqlı əlaqəsi birmənalı deyil, belə ki, müsbət və daha güclü əlaqə inkişaf etmiş və açıq iqtisadiyyatlarda müşahidə olunur, halbuki orta səviyyəli iqtisadiyyatlarda müsbət təsir özünü büruzə vermir və ya çox zəif şəkildə göstərir.

**Üçüncü**, aşağı gəlirli və yüksək gəlirli ölkələrdə ƏM-in qorunmasının gücləndirilməsi iqtisadi artıma müsbət təsir edir. Orta gəlirli ölkələr üçün bu birmənalı deyil.

**Dördüncü** və əsas nəticə ondan ibarətdir ki, ƏMH-nın qorunması səviyyəsinin iqtisadi artıma təsiri qeyri-monoton xarakterlidir, həmçinin bu təsirin olmaması da mümkündür.

Bunun səbəbini tanınmış mütəxəssislər innovasiyalar və investisiyalar (yatırımlar) arasındakı qarşılıqlı iqtisadi əlaqədə olmamasında görürlər.

Odur ki, belə vəziyyətdə ƏMH-nın iqtisadi artıma təsirinin analizini ikimərhələli prosedura

– əvvəla, ƏM hüquqlarına innovasiyalarda, sonra isə innovasiyaların iqtisadi artımında, görürlər.

### **Hörmətli dostlar!**

Kreativ iqtisadiyyat rəqəmsallaşma prosesi ilə sıx əlaqədədir. IT texnologiyaları kreativ təbəqənin imkanlarını genişləndirərək, kreativ industriyanın katalizatoru rolunu oynamaqdadır.

Kreativ kontentin bazarı əlverişli kommersiyaya malikdir. Belə ki, “İnfluencer Marketing Hub” kompaniyasının məlumatına əsasən, 33% krieterlər ildə təxminən 20 min dollar, 20%-i – 20 min-50 min, 20%-i – 50 min-100 min və 20%-i – 100 min-500 min dollar həcmində, hətta 0,5%-i 1 mln.-dan çox qazanc əldə edirlər.

“Signal Fire” vençur kompaniyasının məlumatına əsasən, dünyada 50 mln.-dan artıq insan özünü krieter (creators) hesab edərək və kreativ kontentin industriyasının yaradılmasına cəlb olunanaraq, böyük investisiya axınına səbəb olub.

Beləliklə, kreativ iqtisadiyyat bu gün müasir rəqəmli iqtisadiyyata müvafiq cavab və davamıdır.

Kreativ iqtisadiyyata aid bir neçə problemlər haqqında:

1. Aydınır ki, kreativ fəaliyyət stimullaşdırılmalıdır və bu yanaşma son illər boyu geniş müzakirələrin səbəbidir. Lakin bu günə qədər “kreativ fəaliyyət” (iqtisadiyyat) anlayışının ölçülməsini müəyyən edən normativ-hüquqi akt yoxdur. Bəli, Agentlik tərəfindən kreativ industriyanın ÜDM-dəki payına aid hesablamalar azı 20 ildir ki, aparılır, hökumətin hesabatlarına daxil edilir və ÜƏMT-ə çatdırılır. Lakin bu nəticələr dövlət statistikasında qeydə alınsaydı, daha əlverişli olardı. Bugünkü seminar bunlara yol açmağa qadirdir.

2. Baxmayaraq ki, kreativ industriyanın ölkəmizdə ÜDM-dəki payı 5,2%-dir, müəyyən məsələlər həllini gözləyir.

Qeyd etməliyik ki, bizim kreativ industriya bu növ məhsullara ölkədaxili tələbatı hələ ki, tə-

min etmir. Xarici ticarətin balansı müsbət olunduğu halda, ixracın idxalı artmasına baxmayaraq, özü də qeyri-neft ixracının 45% artdığı şəraitdə kreativ məhsulların və xidmətlərin idxalı ixracı üstələyir və bununla yanaşı, milli kreativ məhsullar dünyəvi brendlər sırasında hələlik layiq olan yerini tutmur. Qİİ-2024-ün kreativ nəticələri (7-ci subblok, 7.2. “Yaradıcı məhsul və xidmətlər”) dediklərimi təsdiqləyir: 112-ci yer.

3. Aydındır ki, kreativ iqtisadiyyat insan kapitalına əsaslanır. Bu isə əmək resurslarının iqtisadiyyata töhfəsinin yeni baxışlarına sövq edir və investisiyaların təhsilə, elmə və mədəniyyətə artımını qarşısına məqsəd qoyur. Bu istiqamətlərdə işlər görülür və biz nəzərə almalıyıq ki, yeni yanaşma gələcəkdə öz təsirini göstərəcəkdir.

Müşahidələr göstərir ki, inkişaf etmiş iqtisadiyyat – insan kapitalına yönəldilən daha yüksək yatırımlar deməkdir. Çünki Mintserin ÜDM-in təhsil səviyyəsindən asılılığı göstərir ki, daha savadlı adam daha yüksək kvalifikasiyalı işlərlə

məşğuldur, öz əməyinə görə daha yüksək məvacib sahibidir və bununla onun ÜDM-dəki payı daha da yüksəkdir. Halbuki, bəllidir ki, bazarda çoxlu iş yerləri tapmamış ali təhsilli mütəxəssislərə rast gəlinir. Lakin kifayət qədər peşə biliklərini tələb edən iş yerləri var. Bir sıra alimlərin fikrincə, orta peşə təhsilini yenidən qurmaq tələbi vardır. Bir sözlə, kreativ iqtisadiyyatın stimullaşdırılması üçün ali təhsil və peşə təhsili arasındakı ölkəmizə aid olan balans tapılmalıdır. Şübhəsiz, bu öz növbəsində peşə hazırlığının keyfiyyətinin artırılmasını tələb edəcək. Bununla belə, kreativ məhsulun təşviqi məqsədilə yaradıcılıq və müasir digital-texnologiyalar biliciləri arasında əməkdaşlıq yaranmalıdır, halbuki, peşəkar biznes təhsilli və yüksək texnologiyalar sahəsində mütəxəssislərin çalışması və əməkdaşlığı tələb olunan səviyyədə deyil. Və çox ümidvericidir ki, Elm və Təhsil Nazirliyi bu işləri aparır.

4. Kreativ iqtisadiyyatın uğurlu inkişafı mütləq olaraq infrastrukturun mövcudluğu ilə bağlı-

dır. Bir sözlə, bu sahənin nümayəndələrinin kooperasiya, əməkdaşlıq qurmaq, ideyalarını uğurla həyata keçirmək üçün birləşmək imkanları mövcud olmalıdır. Söhbət yaradıcılıq istiqamətli biznes meydanlarından, istər sektor daxilində və istərsə də qıraq strukturlarla kommunikasiya şəraitindən gedir. Bu işlər intensivləşməlidir.

İqtisadiyyatın yüksək səviyyəli diversifikasiyası dövlət başçımızın səyləri nəticəsində uğurla həyata keçirilir. Bununla yanaşı, kreativ iqtisadiyyat “kölgə iqtisadiyyatı” olmamalıdır. Azərbaycan rəhbərliyi tərəfindən görülən tədbirlər “kölgə iqtisadiyyatı”nın aradan götürülməsinə şərait yaradır (kiçik və orta biznesə aid vergi güzəştləri və s.).

**Və sonda bir məsələyə diqqət yetirilməsi vacibdir.**

Kreativ iqtisadiyyatın inkişafı üçün müvafiq şərtlər yerinə yetirilməlidir. Elə bunun bariz nümunəsi kreativ sektorun böyük dünya aqlomerasiyalarda cəmləşməsidir. Bu şərtləri 3 hissəyə böl-

mək mümkündür: istehlakçılar (yəni onların savad və təhsilli olması), əmək resursları (yəni fərdi yaradıcılıq təfəkkürü və yeni ideyaların generasiyası mövcudluğu) və məkan-mikromühit (yəni zəngin institusional bazalara malik meydançalar olması).

Bu işlər aparılır və həmin istiqamətlərdə çalışmalara uğurlar arzulayıram.

Təşəkkür edirəm.



# ƏQLİ MÜLKİYYƏTİN YENİDƏN DƏRK EDİLMƏSİ VƏ KREATİV İQTİSADİYYAT

## 1. Əqli mülkiyyət (Copyright), yaradıcılıq (Creativity) və kreativ industriya (Creative industry)

Zaman-zaman müxtəlif təqdimatlarda, o cümlədən hazırlanan normativ-hüquqi aktların layihələrində “mədəni və yaradıcı sənayelər” (Cultural and Creative Industry) termini istifadə olunur. Bu növ sənayelər mədəniyyətin iqtisadiyyatı kimi təqdim olunur.

Hər iki terminin: cultural (mədəni) və creative (yaradıcı) industry mahiyyətini və həmçinin daşdığı mənasını araşdırmaq məqsədi ilə rəsmi sənədlərə müraciət edək.

Dövlət başçısının Fərmanla təsdiq etdiyi Agentliyin Nizamnaməsində “fəaliyyətinin istiqamətləri” və “vəzifələri” kimi “əqli mülkiyyətin müasir iqtisadiyyatda rolunun artırılması və

**müəlliflik hüququna əsaslanan iqtisadiyyatda (kreativ iqtisadiyyatda) investisiya mühitinin yaxşılaşdırılması, əqli fəaliyyət nəticələrinin kommersiyalaşdırılması və kreativ iqtisadiyyatın ölkənin ümumi daxili məhsulundakı payının müəyyən edilməsi, həmçinin texnologiyaların transferinin, innovasiyalara dəstək və kommersiyalaşdırılma infrastrukturunun yaradılması ilə bağlı tədbirlər görmək” (2.2.8-ci yarımbənd) müddəaları yer almışdır.** Bununla yanaşı, Agentliyin Nizamnaməsinin 3.1.44-cü yarımbəndində də müəlliflik hüququna əsaslanan iqtisadiyyat “kreativ iqtisadiyyat” kimi göstərilmişdir. Üstəlik, “əqli mülkiyyət hüquqlarına əsaslanan milli iqtisadiyyat sahələrinin iqtisadi göstəricilərinin daimi müşahidəsini aparmaq, ümumi daxili məhsulda əqli mülkiyyətə əsaslanan sənayenin payını daha dəqiq dəyərləndirmək üçün müvafiq işlər görmək, əqli fəaliyyət nəticələri ilə bağlı beynəlxalq reytinglərdə ölkəmizin reytinginin müşahidəsini həyata keçirmək, təhlillər

**aparmaq və təkliflər hazırlamaq” (3.1.43-cü bənd) kimi müddəalar yer almışdır.** Həmçinin digər sənəddə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasının 2022-2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyası”nın “Qarşıdakı onillik müddətdə global meyillər, çağırışlar və imkanlar” adlı 1.2-ci bəndində qeyd edilmişdir ki, “aparıcı iqtisadi sahələrdə əqli fəaliyyətin nəticələrinin təşviqi, innovasiya və yaradıcılığa dəstək genişlənilir. Əqli mülkiyyətə əsaslanan və texnologiya, dizayn və brendlər formasında olan qeyri-maddi kapitalın dəyər zəncirində davamlı artmasında əqli fəaliyyət nəticələrinin, innovasiya və yaradıcılığın təşviqi vacib amil rolunu oynayır. **Bu səbəbdən əqli mülkiyyətin üstünlük təşkil etdiyi yaradıcı iqtisadiyyatın inkişafı dəstəklənməli, yaradıcı və müasir rəqəmsal texnologiya biliciləri arasında əməkdaşlıq yaranmalı, peşə hazırlığının keyfiyyəti artırılmalıdır”.**

Sadalanən sənədlərdən aydın olur ki:

- **“yaradıcı” və “kreativ” (sənaye və yaxud industriya)** sinonimlər kimi istifadə olunur, **“sənayelər”, “industriyalar” “iqtisadiyyat”** termini ilə də əvəz oluna bilər; özü də **“industriyaların”** toplusu - **“kreativ iqtisadiyyat”**;

- kreativ iqtisadiyyatın inkişafı əqli mülkiyyət ilə bağlıdır. Müəlliflik hüququna əsaslanan iqtisadiyyat kimi təsvir olunur.

Buradan əsas məsələ irəli gəlir: **“mədəni sənaye (industriya)” və “yaradıcı (kreativ) sənaye (industriya)” terminlərinin fərqi nədən ibarətdir.** Bunlar əqli mülkiyyətə, xüsusən onun Copyright qoluna əsaslandığı səbəbindən əqli mülkiyyətin yaranması və müasir kontekstinə müraciət edək.

İqtisadiyyat, elm, mədəniyyət, informasiya texnologiyaları və hüququn kəsişməsində yaranan **əqli mülkiyyət** mövcud olan biliklərdən əmələ gəlir, yeni biliklərin yaranması ilə tamamlanır, biliklərin həm xammalı, həm də məhsulu kimi çıxış edir və bununla **“biliklər dövrünü”**ni təş-

kil edir. Qorunmanı təmin etmək məqsədilə duyulmayan ƏFN obyektiv əks olunmalıdır. ƏFN-nin, hansılar ki, ideya, zəka məhsuludur, qorunması üçün obyektiv format, yəni fiksə edilməsi, maddiləşməsi ƏM-in ikili təbiətindən irəli gəlir.

ƏM-in müasir konteksti nəzərə çarpan dərəcədə dəyişmişdir, kökündə yalnız hüquqi mənə deyil, üstəlik iqtisadi və sosio-mədəni mənə başa düşülür. ƏM-in müasir kateqoriyasında fiziki və hüquqi şəxslərin əqli fəaliyyət nəticələrinə (ƏFN) verilən yalnız müstəsna hüquqlar yox, bununla yanaşı, bilavasitə ƏFN də nəzərə alınmalıdır.

Həqiqətən, ƏM dedikdə əqli mülkiyyət hüquqlarını nəzərdə tuturuq. Bu isə həmin hüquqların qorunmasına – qeyri-maddi aktivlərin qorunmasına gətirib çıxarır. Lakin ƏM-in ikili təbiətini nəzərə alaraq, bazara, kommersiya dövriyyəsinə çıxarılan ƏM-in maddi daşıyıcıda əks olunmuş nümunəsidir. Deməli, bazarda tələb və təklif kimi, əsasən hüquqlar yox, hüquqlarla şamil edilən ƏFN bilavasitə iştirak edir. Əqdlərdə isə qorunan

hüquqların həcmi və verilmə qaydaları nəzərə alınır. Hüquqların özü də alqı-satqıda iştirak edə bildiyi halda əsas iqtisadi effekt hüquqlardan yox, hüquqların istifadəsi ilə satışdakı mallarla (əmtəələrə) bağlıdır, bir sözlə, bilavasitə ƏFN ilə.

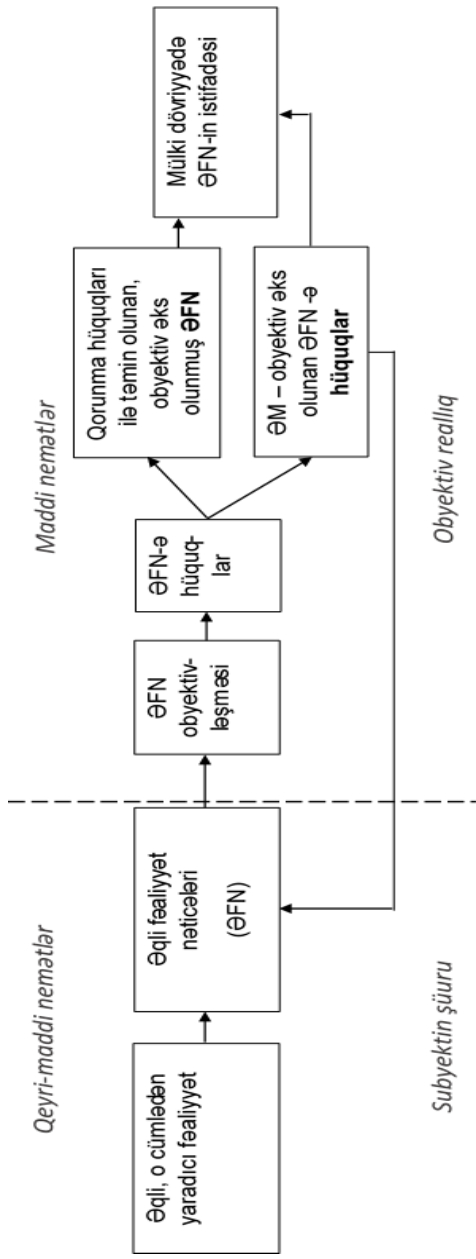
Beləliklə, aşağıdakıları söyləmək düzgün olardı:

Yeniliklərin iqtisadi amilinin kommersionlaşması olmadığı halda innovasiyalardan söhbət gədmə bilməz. Həmçinin, müəlliflik hüququ nəzərə alınmadığı halda sosial effektin və kreativ industriyanın payından imtina etmiş oluruq. Odur ki, müasir ƏM institutunda iqtisadiyyat və sosio-mədəniyyət fəal rol oynadığı halda hüquq (yurisprudensiya) sistemtəşkili əhəmiyyətə malikdir.

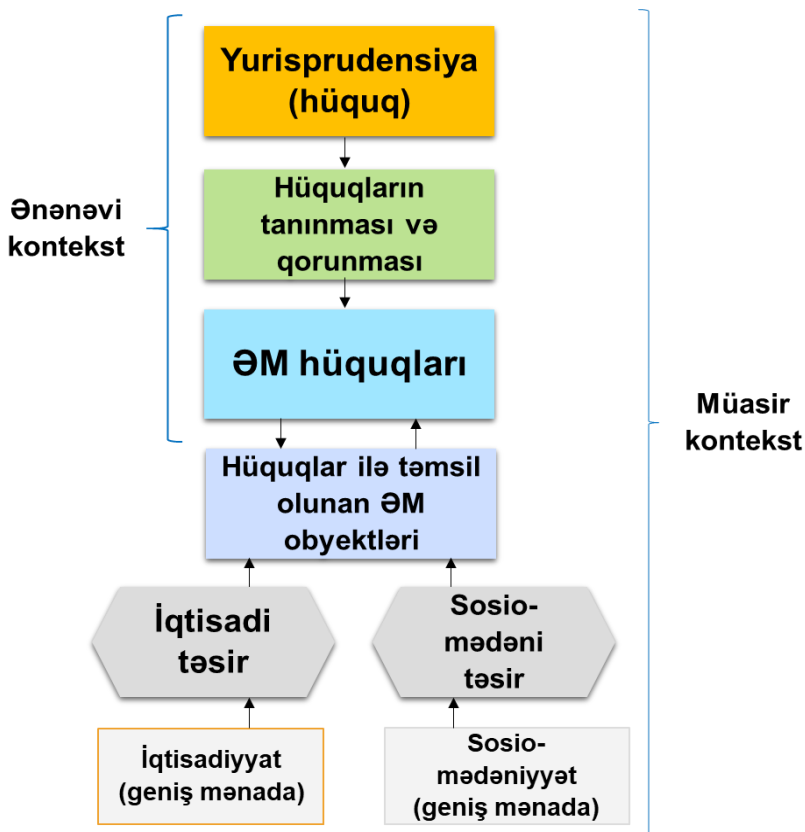
Dövlət başçısının söyləri ilə aparılan institutional islahat bunları nəzərə alıb.

Aşağıdakı iki sxem dediklərimizi qrafik şəkildə nümayiş edir:

## Əqli mülkiyyətin ikili təbəti və yenidən dərk edilməsi (biliklər dövrəindən fraqment)



## Əqli mülkiyyətin ənənəvi və müasir konteksti



Giriş sözündə ƏM-in iqtisadi artıma təsiri-nin təhlilini apararaq, iki mərhələli prosedurdan,



yəni, əvvəla, ƏMH-nın innovasiyalara təsiri, sonradan innovasiyaların iqtisadi artıma, söhbət açmışdıq.

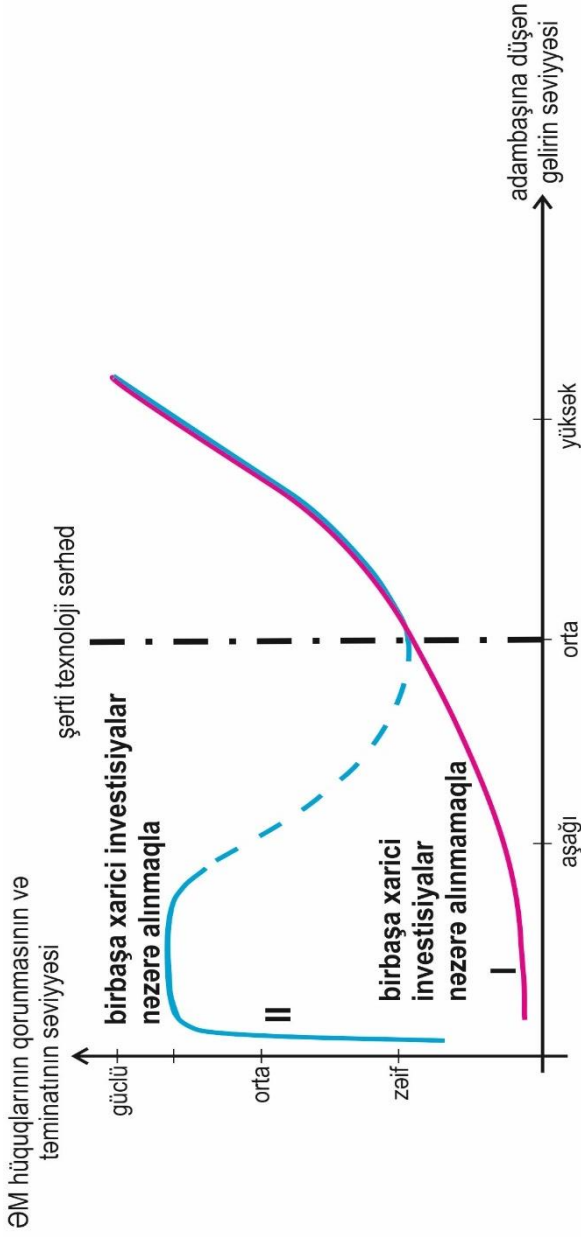
Bunun səbəbini tanınmış mütəxəssislər innovasiyalar və investisiyalar (yatırımlar) arasındakı qarşılıqlı iqtisadi əlaqədə olmamasında görürlər.

Burada iki yanaşma mövcuddur və bunların əmələ gəlməsi ölkənin investisiyalara olan ehtiyaclarından yaranır. Əgər investisiyalar nəzərə alınmırsa, adambaşına düşən daha aşağı ÜDM-i olan ölkələr ƏM hüquqlarının daha zəif qorunmasına üstünlük verərək, **imitasiyalara** yol açırlar, digər ölkələrin texnologiyalarını ödəmədən özününküləşdirirlər. Lakin ÜDM-in adambaşına artması ilə keyfiyyətli, leqal məhsullara ehtiyac artır, istehsal stimullaşdırılır və bununla, ƏM-in qorunma səviyyəsinin artmasına səbəb olur.

**Deməli, birbaşa xarici investisiyalara ehtiyac olmadığı halda adambaşına ÜDM-in artımı ƏMH-nın qorunması səviyyəsini artırır.**

İkinci yanaşma isə həmin zəif iqtisadiyyatlı ölkələr üçün birbaşa xarici investisiyaları cəlb etmək məqsədilə ƏMH-nı yüksək səviyyədə qorumağa başlayırlar. Zənginləşən və orta səviyyəli gəliri olan ölkələrə çatdıqdan sonra ƏM-in qorunma rejimi zəifləyir və bununla idxal texnologiyaları daha geniş istifadə olunur. Lakin, texnoloji həddə çatdıqdan sonra ƏMH-nın qorunması yenidən güclənir (U-tipli asılılıq).

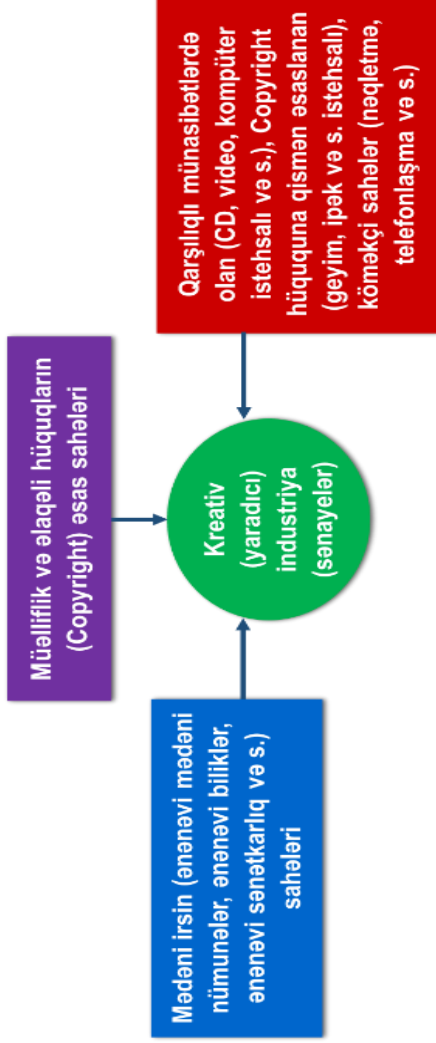
**ƏMH-nın qorunması milli iqtisadiyyatda yaranan imitasiya və innovasiya arasındakı nisbətdən irəli gəlir.** Digərlərin ixtiralarının qeyri-qanuni istifadəsi ölkənin iqtisadi inkişafını o zaman qədər stimullaşdırır ki, həmin andan hüquqların qorunması daha əlverişli olur.



O da vurğulanmalıdır ki, ilk dəfə 20 il öncə amerika jurnalında işlədilən “kreativ iqtisadiyyat” termini elmdə qəbul edildi. Nəticədə rəqəm-sallaşma, mədəniyyət, media və idman üzrə Böyük Britaniya nazirliyi 2015-ci ildə əqli mülkiyyətin yaradılmasına və tətbiqinə (istifadə edilməsinə) əsaslanan bütün məhsullara aid sahələri **kreativ iqtisadiyyat** kimi qəbul etdi və bu yanaşma ilə dünya ekspertləri razılaşaraq, ÜƏMT müvafiq tərif qəbul etdi. Bu anlayışın artan mühümlüyü və dünyəvi əhəmiyyətinə görə, “Creator Economy”-ni 2021-ci il BMT-nin Baş Assambleyasının 74-cü sessiyasının qərarı ilə Beynəlxalq kreativ iqtisadiyyat ili elan edilmişdi.

Aşağıdakı sxem qrafik formatda kreativ industriyanın formalaşmasını ifadə edir:

## Copyright və kreativ iqtisadiyyat



İndi isə “mədəni və yaradıcı sənayelər” və işlətdiyimiz “kreativ sənayelər (industriyalar)” və “kreativ iqtisadiyyat” anlayışları arasındakı fərqlənmə sərhədi və həmin terminlərin yaranma xronologiyası üzərində dayanaq. Bu səbəbdən mütəxəssislər tərəfindən qəbul edilmiş “Cultural industries” (“Mədəni sənayelər / industriyalar”) və “Creative industries” (“Kreativ sənayelər / industriyalar”) konseptlərini (anlayışlarını) istifadə edəcəyik.

Bu cür fərqlənmə UNESCO-nun sənədlərində (2013-cü il) və ÜƏMT-nin bütün sənədlərində təsdiqlənir. **Bu iki konsept arasında demarkasiya aparmaq, onların məzmununu və həcmi müəyyən etmək üçün müvafiq meyarlar lazımdır.**

**Belə meyarlar hansılardır?** Maraqlısı odur ki, anlayışların fərqləndirilməsində meyar qismində qeyd etdiyim kimi məhz “müəlliflik hüququ” və daha geniş mənada “əqli mülkiyyət” anlayışları çıxış edir.

Bunu göstərmək üçün biz “yaradıcılıq” və “intellektual (əqli)” fəaliyyətlərin izahını müəlliflik və əqli mülkiyyət hüquqları vasitəsilə verməliyik.

Bəllidir ki, **əqli fəaliyyət – insan aktivliyinin xüsusi formasıdır və onun əsasında insanın düşünmə bacarığı durur.** Yaradıcılıq da fəlsəfədə fəaliyyət kateqoriyası vasitəsi ilə izah olunur və yeni obyektlər və keyfiyyətlər, davranış və ünsiyyət sxemləri, yeni obrazlar və biliklər yaradan insan fəaliyyəti kimi müəyyən edilir. Başqa sözlə desək, yaradıcılıq öz-özlüyündə yaradılan nəticə vasitəsilə yeni obyektlərə, yeni obrazlara, yeni biliklərə nisbətdə müəyyən edilən insan aktivliyinin formasıdır.

**Deməli, “yaradıcılıq (kreativ) fəaliyyəti” “əqli fəaliyyət”dən yeniçilik nəticələrin yaradılması ilə fərqlənir.** Lakin “yaradıcılığ”ın ədəbiyyatda səliss tərifi yoxdur. Kulturoloji və fəlsəfi ədəbiyyatda “əqli fəaliyyət” və “yaradıcılıq fəaliyyəti” anlayışları arasında aşkar hüdudlar olmadığı-

dan (az halda bu anlayışlar identifikasiya edilir, digər halda isə fərqləndirilir, özü də subyektiv əsaslarla) peşəkarlar müəlliflik hüququ obyektlərinə və daha geniş mənada ƏM obyektlərinə müraciət edir.

Hər şeydən əvvəl qeyd edək ki, ƏM obyektləri kimi qorunan ƏFN-nin bir qismi yaradıcı xarakter daşıyanlardır, digərləri isə yaradıcılıq əməyinin nəticəsi olmayanlardır. Yaradıcı əməyin nəticəsi müəllif hüquqları obyektləri (elm, ədəbiyyat və incəsənət əsərləri), əlaqəli hüquqlar obyektləri (ifalar), sənaye mülkiyyəti obyektləri (ixtira, faydalı modellər, sənaye nümunələri), seleksiya nailiyyətləri, inteqral sxem topologiyalarıdır.

Yaradıcılıq meyarı olan ƏM obyektlərini yarananlara mütləq olaraq şəxsi hüquqlar verilir.

**Aşağıdakı ƏM obyektləri isə yaradıcı əməyin deyil, əqli fəaliyyətin məhsullarıdır:**

- fonogram istehsalçısı,
- yayım və kabel yayımı təşkilatları,
- məlumat bazasının istehsalçısı (sui generis),



- istehsal sirlərinin sahibi (nou-hau),
- firma adlarına hüququn subyektləri,
- ticarət və xidmət nişanlarına hüquq sahibi,
- əmtəənin mənşə yerinin adının hüquq sahibi, həmçinin coğrafi göstərici;
- kommersiya sirlərini istifadə edən hüquqi şəxslər.

Qeyd edək ki, yaradıcılıq əməyi (nəticəsi obyektiv ifadə olunduğu halda) müəlliflik hüququnun meyarıdır və bu hüquqlar subyektiv tərkibinə görə də fərqlənir: şəxsi qeyri-əmlak hüquqlar yalnız fiziki şəxsə yararır və ondan ayrılmazdır. Eyni zamanda müstəsna əmlak hüquqlar isə həm fiziki, həm də hüquqi şəxslərə məxsus ola bilər.

Beləliklə, "yaradıcı fəaliyyət" anlayışının müəyyən edilməsində müəlliflik hüququnun xüsusi rolu var. **Yaradıcı fəaliyyət insanın elə bir əqli fəaliyyətidir ki, onun nəticəsi müəlliflik hüququ obyektidir, istisnalar nəzərə alınmaqla.**

Yaradıcı əməyin paralel formulu qorunan ƏFN-də mənəvi (şəxsi, qeyri-əmlak) hüquqların

olmasına əsaslanan tərifi olacaqdır. Başqa sözlərlə, **yaradıcı o ƏFN hesab ediləcək ki, onlara ƏM obyektləri kimi qorunma verildikdə iqtisadi (əmlak) hüquqlarla yanaşı, mənəvi (şəxsi, qeyri-əmlak) hüquqlara da malik olurlar.**

Beləliklə, yaradıcılıq (kreativlik) ya müəlliflik hüququ obyektinə, ya da şəxsi hüquqlar olan ƏM obyektlərinə bağlanır. Deməli, köklü, prinsiplial olan suala – “yaradıcı (kreativ) industriyalar” anlayışında ƏM sisteminin yeri nədən ibarətdir, qorunma mexanizmlərinin tətbiqi nədir? – cavab birmənalıdır. **Yaradıcı (kreativ) industriyalara yanaşma bilavasitə müəlliflik və əqli mülkiyyət hüquqları ilə qorunmanın mahiyyətindən irəli gəlir.**

## 2. Kreativlik konseptinin mənası və “kreativ iqtisadiyyat” (industriyalar) anlayışının tərifləri

“Kreativlik”, “kreativ” konseptlərin mənasına gəldikdə qeyd edək ki, lüğətlərdə:

– “kreativlik” (*latınca “creatio”, fransızca “creation”, ingiliscə “creativity”, rusca “креативность”*) – yaradıcılıq, quruculuq, yenilik, fəaliyyət (*Ensiklopedik lüğət*);

– şəxsin prinsipial cəhətdən yeni ideyalar formalaşdırması, yaradıcı imkanları (*Psixoloji lüğət*).

– “kreativ” – yaradıcı, orijinal, qeyri-adi, yeni, təkrar olunmaz, unikal.

“Kreativ iqtisadiyyat” anlayışı ilk dəfə “Business Week” jurnalı tərəfindən işlədilib (*avqust, 2000-ci il – 1-ci versiya*) və bunun davamı olaraq, John Howkins tərəfindən (“The Creative Economy”, №4, “The Penguin Press”, 2001-ci il) geniş istifadə olunub.

Bu termin Richard Floridanın məşhur kitabında (*“The Rise of the Creative Class”*, 2002) dərin araşdırılıb və bundan sonra öz yerini tapıb.

**“Kreativ iqtisadiyyat” ifadəsinə C.Houkins və R.Floridanın əsərlərində yanaşmaları üzərində dayanaq.**

Alimlərin hər biri “kreativ iqtisadiyyatlar” konseptinə özünəməxsus yanaşma əsasında mövqeyini təqdim edir.

Lakin bu yanaşmalar fərqi yox, daha çox birbirini tamamlamağa xidmət edir.

**Houkins** “Kreativ iqtisadiyyatları” 15 kreativ sənaye sahələrindən ibarət olduğunu göstərir, o cümlədən:

- elmi-tədqiqat və təcrübi konstruktor işləri (ETTK);
- nəşr işi;
- proqram təminatı;
- TV və radio;
- dizayn;
- musiqi;

- kino;
- oyuncaqlar və oyunlar;
- reklam;
- memarlıq;
- ifaçılıq sənəti;
- sənətkarlıq;
- video-oyunlar;
- moda;
- incəsənət.

Bu sahələr Copyright, patent, əmtəə nişanları və orijinal işləmələri şəklində əqli mülkiyyəti yaradanlardır. **Bu növ tərif sahəvi, operasional tərifdir.**

**Florida “kreativ iqtisadiyyatlar” a aşağıdakıları əsas götürürdü:**

- ✓ “Kreativ iqtisadiyyat peşə (*fəaliyyət növü*) əsasında müəyyən olunur”, “iqtisadiyyatın və cəmiyyətin aparıcı qüvvəsi kreativlikdir”, yəni “bilikdir, iqtisadiyyatın biliklər əsasında praktiki yeni formaların yaradılmasıdır”.

- ✓ “Bilik və informasiya kreativlik üçün alət və işçi materialıdır və məhsulu isə innovasiya-dır”.
- ✓ Kreativ sinfin bazası iqtisadiyyatdır, yəni kreativ sinif nümayəndələri yaradıcılıq fəaliyyəti nəticəsində iqtisadi dəyərlər istehsalçılarıdır.
- ✓ Bu tərif isə fəaliyyət növünə əsaslanan **konseptual tərifdir**.

“Kreativ iqtisadiyyatlar”ın verilmiş anlayışları aşağıdakılardan bəhs edir:

- **Operasional tərif əsasında kreativ iqtisadiyyat – yaradıcılıq fəaliyyəti ilə bağlı məhsul və xidmətləri yayan, istehsal və istehlak edən milli və beynəlxalq iqtisadiyyatın müvafiq sektorudur** (Kreativ iqtisadiyyatın tərkibinə ETTK, softver, kinobiznes, kitab ticarəti, media, musiqi və artbiznes, video-oyun, reklam və dizayn və s. məhsul və xidmətləri bazarları daxil edilir).

- **Konseptual tərif əsasında kreativ iqtisadiyyat kreativliyin daşıyıcılarını və onların fəaliyyəti nəticəsində yeni formaları (*innovasiyaları*) nəzərdə tutur.**

“Kreativ iqtisadiyyatlar”a verilən operasio-  
nal və konseptual təriflərlə yanaşı, “kreativ iqtisa-  
diyyat” anlayışını ilk dəfə işlədən və hazırda lider  
olan Böyük Britaniyanın Mədəniyyət, media və  
idman Departamentinin verdiyi təriflə tanış olaq:  
*“Kreativ iqtisadiyyatlar – əsasında fərdi yaradıcılıq  
başlanğıcı, vərdiş və ya istedad duran və əqli mülkiyyə-  
tin istehsalı və istismarı yolu ilə əlavə dəyər və iş yerlə-  
rini yarada bilən fəaliyyətdir”.*

**UNESCO-nun “kreativ iqtisadiyyatlar”a**  
verdiyi tərfi: *“Kreativ iqtisadiyyatlar – qeyri-maddi  
və mədəni xarakterli yaradıcı məzmunununun yaradıl-  
masını, istehsalını və kommersiyyalaşmasını özündə  
cəmləşdirən iqtisadiyyat sahələridir”.*

Qeyd etdiyimiz kimi, “kreativ industriyalar”  
və “mədəni industriyalar” anlayışları hazırda bir-  
birindən ayrılmış şəkildə verilir. Bunlar BMT,

UNESCO, ÜƏMT və digər təşkilatların və Avropa İttifaqının sənədlərində öz əksini tapır.

**UNCTAD-ın “Creative Report” (2010-cu il) sənədində** “mədəni industriyalar” yaradıcı fəaliyyətin məhsullarının yaranmasını, istehsalını və kommersionlaşmasını nəzərdə tutan iqtisadiyyat sektorudur. Bu məhsullar əmtəə və ya xidmət formasını ala bilər və adətən müəlliflik hüququ obyektləridir.

**Avropa Komissiyasının** “Unlocking the potential of cultural and creative industries” “Yaşıl kitab”ında mədəni industriyalar kommersiya qiymətindən asılı olmayan müəyyən mədəni dəyərləri təcəssüm etdirən əmtəə və xidmətlərin istehsalı və yayılması ilə məşğul olan sahələrdir.

Beləliklə, **“mədəni” və “kreativ”** industriyalar anlayışları fərqlidir və **“mədəni industriyalar”** anlayışı məhz sektorun sosial əhəmiyyətini və qeyri-kommersion olduğunu qabarıq göstərmək məqsədilə istifadə olunur.

**Təhlil göstərir ki:**



- Kreativ iqtisadiyyatın sahəvi məxsusluğu əsasən – iqtisadiyyatın müasir qoludur (Bu səbəbdən İqtisadiyyat Nazirliyi aparıcı rola malikdir);

- Kreativ iqtisadiyyatın formalaşmasının amilləri və nüvəsinin təşkilliyinə əsasən – müəlliflik hüququ və ümumiyyətlə, əqli mülkiyyət hüquqları (Bu səbəbdən Əqli Mülkiyyət Agentliyinin iştirakı danılmazdır);

- Kreativ iqtisadiyyatın daşıyıcıları kreativ sinif olduğuna görə – mədəniyyət (Bu səbəbdən Mədəniyyət Nazirliyinin iştirakı vacibdir).

Kreativ iqtisadiyyatın inkişafında bu əsas aktorlarla yanaşı, Elm və Təhsil, Rəqəmsal İnkişaf və Nəqliyyat, Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirlikləri və Dövlət Şəhərsalma və Arxitektura Komitəsi mühüm rol oynamalıdırlar.

### 3. Kreativliyə aid konseptlərin inkişafının xronologiyası

Qarşımızdakı sxem “mədəniyyət” və “industriya” (sənaye) terminlərinin birləşməsi və təkamüllüyünü göstərir.



“Mədəni” və “yaradıcı” (kreativ) industriyalar” anlayışları müəyyən formalaşma mərhələləri keçən terminlərdir.

“İndustriya” anlayışı latın dilindən “fəaliyyət” kimi tərcümə olunur. Ancaq “yaradıcılıq” da fəaliyyət xarakteri daşıyır, lakin “industriya” anlayışına münasibətdə tam əks mənada. Əgər “industriya” termini adətən sənaye, istehsalla, iqtisadi əlverişli fəaliyyətlə uyğunlaşarsa, yəni əksər

hallarda maddi nemətlərin (ценность) istehsalına aid olunur, “yaradıcılıq” sözü keyfiyyətə **yeni** maddi və mənəvi nemətlərin yaradılması prosesi ilə bağlı **insan fəaliyyətinə aiddir**, sıx mədəniyyət ilə bağlantını təsəvvür edir, yəni “yaradıcılığın” kreativ fəaliyyətin iqtisadi komponenti ilə heç bir əlaqəni nəzərdə tutmur.

Odur ki, terminologiyanın formalaşması ilk olaraq başında mədəni industriya durur. Ancaq, hətta bu ilkin mərhələdə peşəkarların xüsusi rəyləri də mövcud idi. Belə ki, britaniyalı professor Devid Xezmondalş “Mədəni industriyalar” (rus dilinə tərcümə M.Ali, İqtisadiyyat məktəbi, 2014) kitabında qeyd etmişdi ki, “mədəni industriyalar” fenomenini fənlərarası təbiətə malikdir.

XX əsrdə industriyalaşma gücünü və təsirini artıraraq, ardıcıl olaraq, “mədəni industriyalar” termini ilə əvəz olundu (cəm şəkildə) və bu transformasiya fenomeninin kompleks industriyaların əhatə edilməsinin işarəsi idi. XX əsrin sonu üçün “mədəni industriyalar” və onlar ilə bağlı əmtəə və

xidmətlər estetik, bədii standartlar deyil, ilk növbədə bazarın və istehlakçının ehtiyaclarının ödəməsinə yönəldilmişdi. Bununla da mədəniyyət, məhsul və xidmətlərin mədəni potensialı artıq tələb və təklifin ənənəvi iqtisadi qanunlarına tabe idi. “Mədəni industriyaların” növbəti inkişaf mərhələsi “mədəniyyət” anlayışında “yaradıcı” (“kreativ”) anlayışına keçid təşkil etdi və bu transformasiyanın əsasında, qeyd etdiyimiz kimi, Böyük Britaniya dururdu. Hələ 1998-ci ilə Kris Smit kitabında “Yaradıcı Britaniya” (C.Smith, “Creative Britain”, London, Faber and Faber, 1998) xüsusi qeyd edirdi ki, “kreativ industriyalar” başında fərdi yaradıcılıq, vərdiş və ya istedad duran və əqli mülkiyyətin istehsalı və istifadəsi yolu ilə özündə əlavə dəyər və iş yerləri potensialı daşıyan fəaliyyətdir.

Maraqlıdır, bu kitab rus dilinə istər “Yaradıcı Britaniya”, istərsə də “Kreativ Britaniya” şəklində tərcümə olunur.

XXI əsrin əvvəllərində UNESCO-nun statistik icmasında isə qeyd edilirdi ki, kreativ industriyalar daha geniş institusiyalar spektrini əhatə edən fəaliyyətdir.

Belə ki, bu sərəya telekommunikasiya industriyaları və tədqiqatlar və işləmələr daxil olunur.

Müasir dünyada kreativ industriyalar bir qayda olaraq, onun subyektləri tərəfindən istehsal olunan məhsulların monetizasiya, iqtisadi və ictimai dəyərləşməsi səbəbindən iqtisadi fenomen kimi qəbul edilir.

UNCTAD 2022-ci ildəki “Kreativ iqtisadiyyatın icmalında” kreativ industriyalar yaradıcılıq və fərdi nəticə əsas resurs kimi istifadə olunan məhsul və xidmətlərin yaranma istehsal və yayılma dövriyyəsi nəzərdə tutulur və burada aksent intellektual komponentə, əqli mülkiyyətə qoyulur. Odur ki, hal-hazırda “kreativ industriyalar” və daha çox “kreativ iqtisadiyyat” anlayışları istifadə olunur.

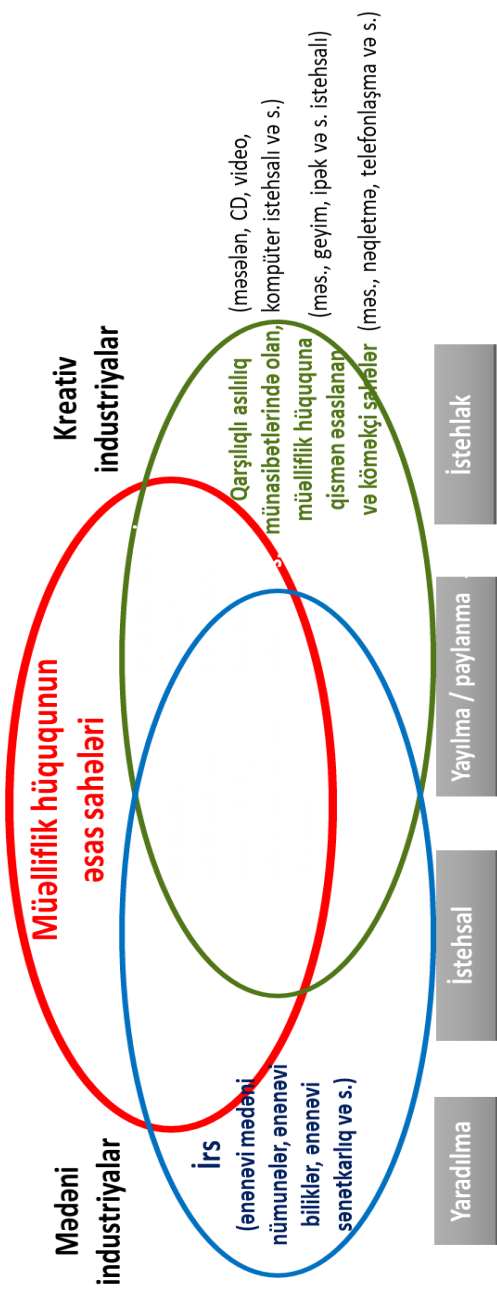
Bir məsələyə də toxunmaq istərdim.

Ölkələr var ki, “yaradıcı (kreativ) industriyalar” sırasına elmi və elmi-texniki sahədə fəaliyyət və fəal rəqəmsallaşma ilə bağlı proqram təminatını və İT-sektorunu bütövlükdə aid edirlər.

Sonda xüsusi qeyd edirəm ki, “kreativ industriyalar” və “kreativ iqtisadiyyat” anlayışları mütləq olaraq əqli mülkiyyəti nəzərdə tutur.

Beləliklə, kreativ industriyaların cəmi kreativ iqtisadiyyat deməkdir.

Aşağıdakı 3 müxtəlif rəngli ellipslərdən ibarət olan sxem “müəlliflik hüququnun əsas sahələrini”, “mədəni industriyalar”ın və “kreativ industriyalar”ın tərkib elementlərini və həmin 3 anlayışın genişlənməsini göstərir.



Buradan vacib nəticə çıxır: “mədəni industriyalar”ın payını hesablamaq üçün “müəlliflik hüququnun əsas sahələri” istifadə olunaraq, irs ilə bağlı elementlər əlavə olunmalıdır, “kreativ (yaratıcı) industriyalar” hesablandığı halda, üstəlik, qarşılıqlı asılılıq münasibətlərində olan, müəlliflik hüququna qismən əsaslanan və köməkçi sahələr nəzərə alınmalıdır.



#### 4. Azərbaycanca kreativ industriyalar

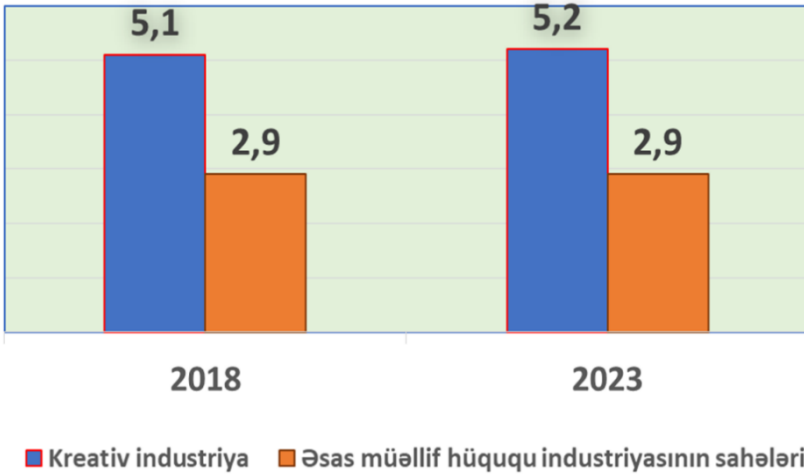
2003-cü ildə Ümumdünya Əqli Mülkiyyət Təşkilatı tərəfindən ölkənin ÜDM-də müəllif hüquqlarına əsaslanan sənayenin töhfəsini müəyyənləşdirilməsinə həsr olunmuş “Guide on surveying the economic contribution of the copyright – based industries” adlı metodiki tövsiyələr qəbul edilmişdi. Metodiki tövsiyələrin məqsədi müəlliflik və əlaqəli hüquqlara əsaslanan sənayenin sahələri, istehsalları və digər bölmələrinin ölkənin iqtisadiyyatına verdiyi payının müəyyənləşdirilməsi ilə bağlıdır.

Hesabat dövründə müəllif hüququna əsaslanan kreativ (yaradıcı) sənaye 2024-cü ilin 1 yanvar tarixinə olan vəziyyətə görə milli iqtisadiyyat sahələri üzrə faktiki statistik göstəricilər və dövlət büdcəsi rəqəmləri toplanmış və təhlil edilmişdir. Müəllif hüququna əsaslanan milli iqtisadiyyat sahələrində istehsalın həcmi müəyyən edildikdən sonra bu sahələrin ölkə üzrə ÜDM-də xüsusi çəki-

si hesablanmışdır. 2023-cü ildə Azərbaycanda müəlliflik hüququna əsaslanan sahələrdə istehsalın həcmi 6619,8 mln. manat təşkil etmişdir. Qeyd edək ki, ötən illə müqayisədə dəyər baxımında kreativ sənayenin mütləq artımı 15,5% təşkil edib. Bununla belə, 2024-cü ilin 1 yanvar tarixinə olan vəziyyətə görə, ölkənin ÜDM-də onun payı 5,2% təşkil edib.

Əqli Mülkiyyət Agentliyində aparılan təhlil və hesablamalar göstərir ki, Azərbaycanın ÜDM-də kreativ sənayenin payı getdikcə artmaqdadır. Son illərdə ölkənin ÜDM-də kreativ sənayenin payı 2018-ci ildə 5,1%-dən 2024-cü ilin 1 yanvarına olan vəziyyətə görə, 5,2%-ə çatmış və hazırda inkişaf etmiş ölkələr səviyyəsindədir.

## Kreativ sənayenin ölkə ÜDM-da payı (%)

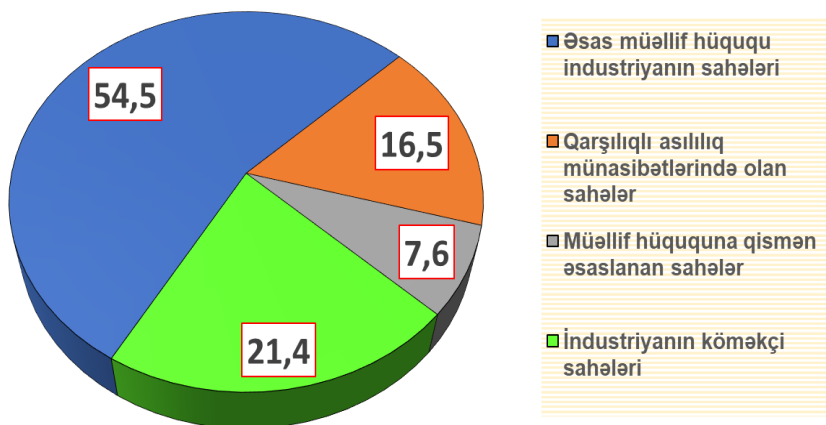


Qeyd olunmuş metodiki tövsiyələrə müvafiq olaraq, müəllif hüququna əsaslanan kreativ (yaradıcı) sənayenin sahələri dörd qrupda cəmləşir: əsas müəllif hüququ sahələr; qarşılıqlı asılılıq münasibətlərində olan sahələr; müəllif hüququna qismən əsaslanan sahələr; köməkçi sahələr.

## Kreativ industriya sahələrinin əsas qrupları

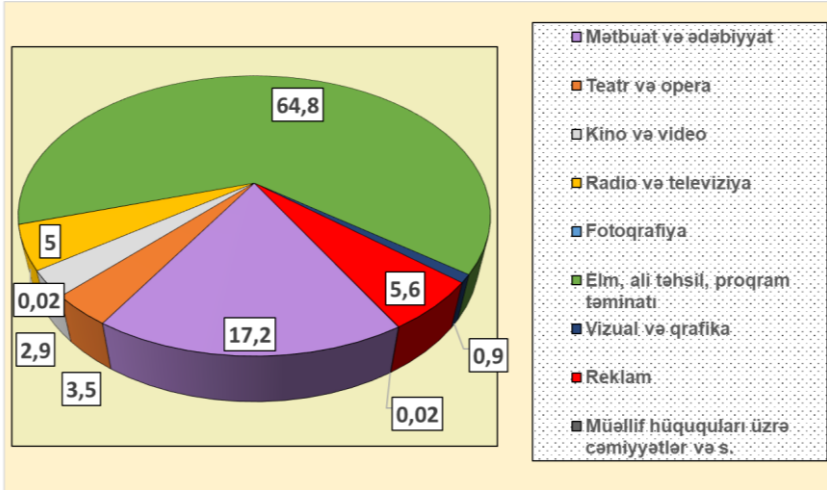
(01.01.2024; %)

(ÜƏMT-nın Metodiki tövsiyələr əsasında  
diaqram tərtib edilmişdir)



Bu tövsiyələrə uyğun olaraq, ən böyük pay əsas müəlliflik hüququ sahələrə düşür – 54,5%.

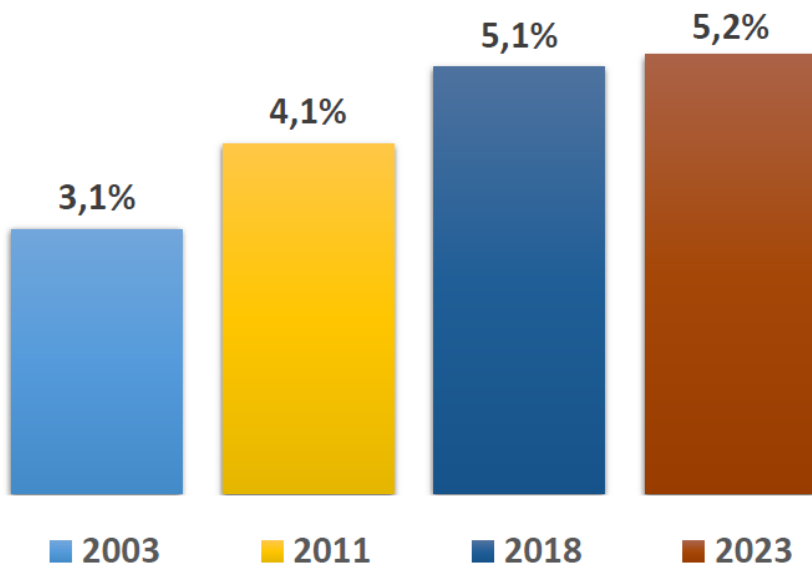
## Əsas müəllif hüququ kreativ industriya sahələrinin strukturu (01.01.2024; %)



Öz növbəsində, əsas müəlliflik hüququ sahələri sektorunda ən böyük pay “elm, ali təhsil, proqram təminatı və verilənlər bazaları” sahəsinə düşür – 64,8%, daha sonra “mətbuat və ədəbiyyat” – 17,2%, və s.

Sonda isə Azərbaycanda kreativ industriyanın dinamikası verilir (2003-2023):

## Azərbaycanın Creative (Copyrighth)-Industries (müəlliflik hüququ və əlaqəli hüquqlara əsaslanan sənayelərin) dinamikası



Mənbə: MHA və ƏMA, PROON, UNCTAD, ÜƏMT

ÜƏMT-nin metodikası ilə hesablanır və bununla bağlı son 10 ildə 5 beynəlxalq konfrans keçirilmiş, onlarla kitablar buraxılmış və hər il Hökumətin hesabatlarında qeyd olunmuşdur.

Odur ki, Creative (Copyrigth)-Industriesin ÜDM-dəki payı müəllif-hüquq sisteminin mühüm integrativ (cəm) göstəricisidir. Bu göstərici qanunvericilik bazasının təkmilliyini, əqli mülkiyyət təsisatının fəaliyyətinin aktivliyini, əqli mülkiyyət mədəniyyətinin cəmiyyətdə formalaşmasını və s. göstərir.

## **5. Milli modelin çatışmazlıqları və qeyri-səlis modelləşməyə keçidin imkanları**

ÜƏMT və UNESCO tərəfindən kreativ iqtisadiyyatın ÜDM-dəki payının hesablanması modeli çıxışlar istiqamətinə aid – “əsas müəllif hüququ sahələri” (I), “qarşılıqlı münasibətlərdə olan sahələr” (II), “müəllif hüququna qismən əsaslanan sahələr” (III) və “köməkçi sahələr”ə (IV) əsaslandığı ilə bağlı müəyyən problem yaranır.

Həmin problemin kökündə duran üç qeyri-əsas olan (II,III,IV) qruplara müəllif hüququnun təsirinin müəyyən edilməsidir. Bu təsir birinci – əsas blokun payı şəklində ekspertiza vasitəsilə müəyyən edilir (misal üçün, beşdən, ondan və yaxud yüzdən bir hissə şəklində).

Problemin həllinə yönəldilən üsullar aşağıdakılara əsaslanır:

- yaradıcı prosesə cəlb olunan işçilərin payı (əmək xərcli yanaşma);

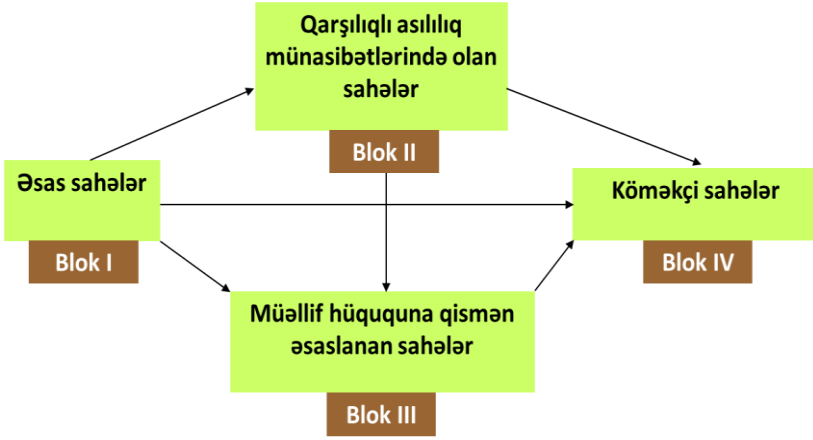


- müəllif-hüquq obyektlərinin satışına (idxalına) yönləndirilənlərin payı;
- yaradıcılıqla bağlı iş vaxtının payı;
- müəllif hüququna ödənişlərə aid resurslar;
- ekspertizalar, o cümlədən beynəlxalq verilənlərlə müqayisəli olanlar.

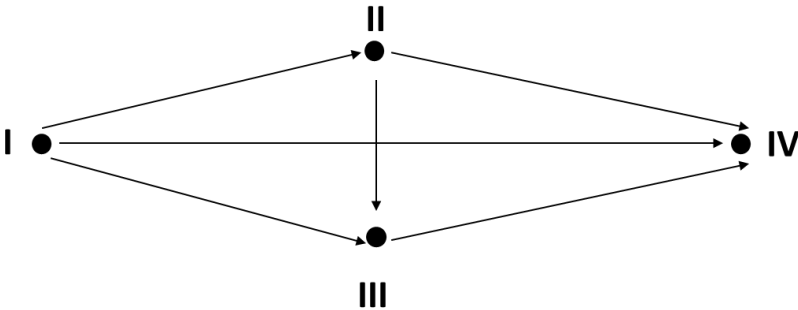
Aydındır ki, belə yanaşmalar təxmini mülahizələrə, təcrübəyə və əlavə dəyərin məşğulluğun və xarici ticarətin qeyri-səlis qiymətləndirməsinə əsaslanaraq, dəqiqsizliyi yaradır.

Üstəlik, milli tədqiqatda işlənən 4 qrupun qarşılıqlı əlaqələr də nəzarətsiz qalır.

Məsələn, 100%-lə qəbul olunan əsas sahələr digər sahələrə təsirini göstərir və bununla yanaşı, vacibliyinə əsaslanaraq, qeyri-əsas sahələrinin qarşılıqlı əlaqələri də nəzərə alınmalıdır.



Diskret riyaziyyat mövqeyindən çıxış edərək, qarşımızdakı struktur yönələn (istiqlamətli) qraf deməkdir (qısaca “orqraf”).



Qeyri-səlis modelləşdirmə mövqeyindən qeyri-səlis orqraf  $G(C, W)$ , təpələr  $C$  (sahələr çox-

luğu) və əlaqələr çoxluğu  $W$ , yəni yönəldilmiş qövslərdən ibarətdir.  $C$  çoxluğunu  $X$ -giriş və  $E$ -aralıq və çıxış təpələr kimi təsəvvür edərək, hər bir əlaqəni (qövsə)  $\omega(C_i, C_j) \in W$  qeyri-səlis implikasiya (qayda) vasitəsilə təmsil edirik:

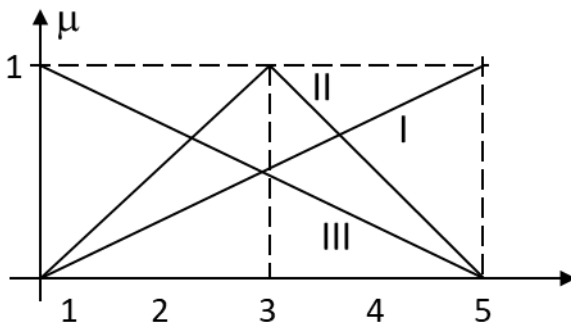
If (əgər)  $X_1$  və ya... və ya  $X_j$ ..., və ya  $X_n$ , then (onda)  $Y: [X_1 \vee X_2 \vee \dots \vee X_j \vee \dots \vee X_n] \rightarrow Y$  ( $j=1, \dots, n$ )

Bu yazıda implikasiyanın sol hissəsində “əsas”, sağ hissəsində isə “nəticə” göstərilir, yəni “Əgər..., Onda...”

Linqvistik dəyişən “əlaqə” qeyri-səlis qiymətləri ilə xarakterizə olunur, məsələn,

$$\text{Qeyri-səlis qiymətlər} \begin{cases} \text{«güclü əlaqə» (+++)} \rightarrow \left\{ \frac{0,0}{1}; \frac{0,2}{2}; \frac{0,5}{3}; \frac{0,8}{4}; \frac{1,0}{5} \right\} & \text{I} \\ \text{«orta əlaqə» (++)} \rightarrow \left\{ \frac{0}{1}; \frac{0,5}{2}; \frac{1}{3}; \frac{0,5}{4}; \frac{0,0}{5} \right\} & \text{II} \\ \text{«zəif əlaqə» (+)} \rightarrow \left\{ \frac{1,0}{1}; \frac{0,8}{2}; \frac{0,5}{3}; \frac{0,2}{4}; \frac{0,0}{5} \right\} & \text{III} \end{cases}$$

və onların qrafik təsəvvürü aşağıdakı şəkildə göstərilə bilər  $\mu(\cdot)$ :



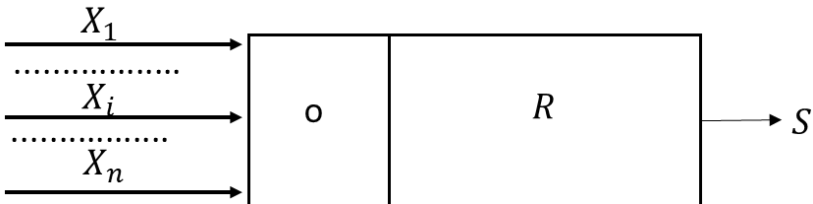
№	Müəllif hüquqlarının növü (səhələri)	Əsas sahə qrupları	İfadə vasitələri
1.	İstehsalat sahəsi və əsas müəllif hüquqları sənayesinin digər bölmələri	Nəşriyyat və poliqrafiya istehsalı (mətbuat və ədəbiyyat)	X <sub>1</sub>
		Teatr və opera əsərləri, musiqi istehsalı	X <sub>2</sub>
		Radio və televiziya, kino istehsalı	X <sub>3</sub>
		Fotoqrafiya	X <sub>4</sub>

		Elm, proqram təminatı və verilənlər (data) bazası (ekspert qiymətləndirməsi üzrə)	X <sub>5</sub>
		Vizual və qrafik sənət	X <sub>6</sub>
		Reklam xidmətləri	X <sub>7</sub>
		Müəllif hüquqları cəmiyyəti. Müəllif hüquqları sahəsində dövlət siyasəti	X <sub>8</sub>
		Televizor, radio, videomaqnitafon, CD, DVD, digər elektron, oyun pleyerlərin və oxşar avadanlıqların istehsalı	E <sub>1</sub> <sup>1</sup>
		İT sektoru üzrə istehsalat, kompüterlər, müvafiq	E <sub>1</sub> <sup>2</sup>

		avadanlıqları istehsalı və İnternet	
		Musiqi alətlərinin istehsalı	$E_1^3$
		Foto və kino alətlərinin, surət çıxaran cihazların istehsalı	$E_1^4$
		Yazı üçün materialların istehsalı	$E_1^5$
		Kağız istehsalı	$E_1^6$
		Geyim, tekstil və ayaqqabı istehsalı	$E_2^1$
		Zərgərlik məmulatları və sikkə istehsalı	$E_2^2$
		Mebel, aksesuar istehsalı	$E_2^3$
		Məişət əşyaları, çini, şüşə istehsalı	$E_2^4$

		Divar üzlüklərinin və xalçaların istehsalı	$E_2^5$
		Oyuncaq və oyun istehsalı	$E_2^6$
		Digər sənətkarlıq	$E_2^7$
		Memarlıq, layihə işləri (5%), dizayn	$E_2^8$
		Ticarət	$E_3^1$
		Nəqliyyat	$E_3^2$
		Telefoniya (rabitə)	$E_3^3$

Qeyd edək ki, ümumi məntiq çıxarış sxemi aşağıdakı şəkildə təsvir olunur:



Burada “R” – giriş-çıkış qeyri-səlis münasibətdir, “o” – max min kompozisiyasıdır (əməliyyat işarəsi)

$$S = X \circ [X \rightarrow S] = X \circ R$$

R qeyri-səlis münasibətini müəyyən etmək üçün aşağıdakı implikasiyalar (qaydalar) istifadə olunur:

Əgər  $X_1 = X_1^*$  və ...və  $X_i = X_i^*$  ... və  $X_n = X_n^*$ , Onda  $S = S_i^*$

$$S_i = X_i \circ R_i,$$

həmçinin

$$S = \left( \bigwedge_i X_i \right) \circ R_i = \min X_i \circ R_i.$$

Mümkündür ki, implikasiyaların girişləri  $X_i$  “və ya” birləşmə işarəsi bağlılığı təmsil edir, yəni

Əgər  $X_1 = X_1^*$  və ya ... və ya  $X_i = X_i^*$  ... və ya  $X_n = X_n^*$ , Onda  $S = S_i$ . O zaman  $S_i = X_i \circ R_i$ , həmçinin

$$S = \left( \bigvee_i X_i \right) \circ R_i = \max X_i \circ R_i.$$

Hər iki variantda:

$$R = \bigvee_i R_i.$$

Qeyri-səlis məntiqlər sırasından Gedel məntiqi seçildiği halda



$$\mu_H(\omega, i) = \min_W [1 - \mu_A(\omega) + \mu_B(i)].$$

Burada  $\mu_H(\omega, i)$  mənsubiyyət funksiyasıdır.

$H = W \times I$ ,  $\omega \in I$ ,  $i \in I$ -də qeyri-səlis altçoxluğu-  
dur.

---

Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət  
Agentliyində hazırlanmışdır.