

**KAMRAN İMANOV**

**YARADICILIĞI HƏYAT  
TƏRZİMİZƏ ÇEVİRƏK**

**Bakı – 2025**

**Kamran İmanov,**

Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyinin İdarə Heyətinin sədri.

**Yaradıcılığı həyat tərzimizə çevirək. Bakı, 2025**

Bu kitabça Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyinin İdarə Heyətinin sədri Kamran İmanovun Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət Nazirliyinin təşkilatçılığı ilə 10-11 mart 2025-ci il tarixlərində keçirilən "Yaradıcı Azərbaycan 2025" adlı tədbirdəki açılış nitqi və "Yaradıcılığı həyat tərzimizə çevirək" adlı məruzəsi əsasında hazırlanmışdır.

© **Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyi,  
2025**

## **Mündəricat**

I.	Giriş sözü .....	5
II.	Məruzə .....	10



# YARADICILIĞI HƏYAT TƏRZİMİZƏ ÇEVİRƏK

## I. Giriş sözü

“Yaradıcı Azərbaycan”da yaşamaq hər birimizin istəyi, gerçəkləşən həyatı və qürur hissidir. Qədim Azərbaycan xalqının irsi, o cümlədən ənənəvi mədəni nümunələri, ənənəvi bilikləri, ənənəvi sənətkarlığı, bir sözlə, mədəni ənənələri kreativliyindən irəli gəlir. Bu da Azərbaycan millətinin bugünkü mədəniyyətinin qəlbidir, hansı ki, hər birimizin qəlbinin mədəniyyətindən gəlir. Dahi Qumilyovun qeyd etdiyi kimi, etnogenez və təbii seçmə prosesində nəsildən-nəslə ötürülən informasiya, biliklər xəzinəsini tənzimləyən mədəni ənənələrımızdir. Odur ki, mədəni ənənələrimizi qoruyub saxlamaqla, kreativliyə əlavə dəstək veririk.

Bakı artıq dizayn üzrə “kreativ şəhər” qəbul olunub və ümidvaram ki, bu cərgəyə digər mədəni mərkəzlərimiz də daxil olacaq. Bunun üçün obyektiv əsaslar mövcuddur və ilk növbədə cənab Prezident İlham Əliyevin həyata keçirdiyi düşünülmüş, uzaqqörən və kreativ siyasətidir.

Azərbaycanın kreativliyinin dəstəklənməsində Birinci vitse-prezident Mehriban xanım Əliyevanın xidmətləri əvəzsizdir. Onun Azərbaycanın yaradıcı və sənətkar təbəqəsinə, kreativ sinfinə olan qayğısı, mədəniyyətə, milli mədəni dəyərlərimizə olan diqqəti və humanitar sahədə həyata keçirdiyi layihələri kreativ Azərbaycanın reallaşdırılmasında təkanverici qüvvədir və böyük rəğbətlə qarşılanır.

- Kreativ iqtisadiyyata hər birimiz üçün yol açıqdır: **bunun açarı – təcrübə, vərdiş və ideyalarımızın istifadəsini, tətbiqini tapmaqdadır.**

Bunun isə **başında, ixtiraçılıq və yenilikçiliyə üz tutan təxəyyül durur.**

Heç də təsadüfi deyil ki, dahi **A.Eynşteynin** fikrinə əsasən, “biliklərdən üstün olan təxəyyüldür”.

Bizim əcdadlarımızın, qədim türklərdən bizə miras qalan epik əsərdə, **“Qutadqu bilik”də** qeyd olunduğu kimi, “xoşbəxtlik, səadət gətirən intellekt, əqlidir”.

**Müasir dünyada kreativ industriyaları, kreativ iqtisadiyyatı intellektin, əqlin məhsulu olan əqli mülkiyyətsiz təsəvvür etmək mümkün deyil.**

- XX əsrin görkəmli filosofu **Karl Popper** intellektin, təxəyyülün və biliklərin istənilən maddi əşyadan

fundamental və dəyərli olduğunu nümayiş etdirən bir situasiyanı təsəvvürə gətirməyi təklif edirdi: fərz edək ki, sənaye və sosial strukturlar da daxil olmaqla, iqtisadiyyatımız məhv edilmiş və ya yox olmuşdur. Yalnız elmi və mədəni biliklər qorunub saxlanmışdır. Bu halda bəşəriyyətin yeni nəsilləri intellekt və qorunub saxlanmış biliklər hesabına yox olmuş maddi və sosial obyektləri qısa müddət ərzində bərpa edə biləcəkdir. Bununla yanaşı, filosof qeyd edirdi ki, əks halda, yəni bütün biliklər məhv olmuşdursa və yalnız maddi dünya qorunub saxlanmışdırsa, bu mənzərə bizə tərk edilmiş sənaye dünyasında sonradan vəhşi tayfaların məskunlaşdığını xatırladardı.

- Əqli mülkiyyətin qorunması və əhəmiyyəti ilə bağlı digər bir misal musiqi alətlərinin icadı ilə bağlıdır. Saksofon orkestrin yeganə patentli alətidir. Ona Fransada 1846-cı ildə **Adolf Saks** tərəfindən patent alınmışdır. Sonrakı təxminən 70 il ərzində saksofona aid 14 patent alınmışdır, bəziləri Saks tərəfindən, bəziləri isə digərləri tərəfindən. Bu patentlər saksofonun müştük hissəsinin, alt saksofonun və digər müxtəlif növlərinə və müasir təkmilləşdirilmiş saksofonun yaranmasına gətirib çıxarmışdır. Bu texnologiya ictimai varidat sahəsində 100 ildən

artıqdır ki, mövcuddur, patentlər açıqlanıb və hər kəs saksofonu istifadə və istehsal edə bilər.

- İndi isə bunun skripkanın təkamülü ilə müqayisə edilməsi maraqlı və ibrətamiz olardı. İtaliyada, Kremonda XVII və XVIII əsrlərdə **skripkanın** istehsal texnologiyası ailə sirri idi və onu nəsildən-nəslə sirr olaraq ötürürdülər. Bunun nəticəsidir ki, indiyədək heç kim dünyada məşhur **Stradivari, Qvarneri** və digər ən yaxşı ustaların skripkalarının necə istehsal edildiyini bilmir. Onların istehsalının sirri zamanla ailə sirlərində və onların öz biliklərinin bir-birinə ötürülməsi nəticəsində hansısa mərhələdə tükənmiş və itirilmişdir.

Gətirilən misallar kreativliyin, ona əsaslanan industriya ilə əqli mülkiyyətin bilavasitə əlaqədə olduğunu nümayişdir.

- **Con Houkins**, kreativ iqtisadiyyatın atalarından biri, son 15 ildə kreativ iqtisadiyyata aid bir sıra kitabların müəllifinin dediyi kimi, "kreativ iqtisadiyyat" ideya və pul ilə təmasdadır, bunların işini qurur.

Odur ki, kreativ industriya (sənaye) – əqli mülkiyyətin yaradılmasına və kommersiyyalaşmasına, yaradıcılığa və mədəni məhsullara əsaslanan **iqtisadiyyat sektorudur. Bunlar hansı sferalardır?**



Bu sıraya ənənəvi olaraq, incəsənət, dizayn, musiqi, kino, ədəbiyyat, moda, reklam, IT, memarlıq, video-oyunlar və çoxlu kreativlikdən qaynaqlanan digər sahə, sferalar aiddir. **Az sonra qısa məruzəmdə kreativ industriyaların ontoloji məsələləri**, o cümlədən yaranması və mahiyyəti, ümumi əsasları və prinsipləri, strukturu və qanuna uyğunluqları, mədəni industriyadan fərqi və fərqi təşkil edən sərhədləri, dünyəvi və Azərbaycan təcrübəsi və s. məsələlər üzrə imkan çərçivəsində dayanmaq fikrindəyəm.

Mədəniyyət Nazirliyinin bugünkü mühüm tədbirini dəstəkləyərək, uğurlar arzulayıram.

## II. Məruzə

Kreativ industriya, iqtisadiyyat bir termin kimi nisbətən yeni fenomendir. Bu yeniliyin mahiyyətini açıqlamaq üçün həmin fenomenin əlamətləri üzərində dayanmalıyıq.

- **Belədirsə, həmin yeni sferanın əlamətləri, keyfiyyətləri, xarakteristikaları nələrdir?**

**Birincisi**, kreativ industriya əqli mülkiyyətə əsaslanır, bu səbəbdən onun əqli fəaliyyət nəticəsi olan məhsul və ya xidmətlər unikal yaradıcı yanaşma hesabına xüsusi **dəyəre** malikdirlər. Yaranan dəyər isə ənənəvi sahələrdən fərqli olaraq, **fiziki resurslara deyil, daha vacib aktivlər – qeyri-maddi aktivlərdir**, yəni müəllif hüquqları, patentlər, əmtəə nişanları və digər əqli mülkiyyət formaları yaradır.

**Əqli mülkiyyət mövcud olan biliklərdən əmələ gəlir və yeni biliklərin yaranması ilə tamamlanır, yeni bilik mənbəyinə çevrilir. Bir sözlə, əqli mülkiyyət “biliklər dövrünü” təşkil edir və bu prosesdə “biliklərin həm xammalı, həm də məhsuludur”**. Burada başlıca proses insanın əqli, yaradıcılıq fəaliyyətidir. Bu fəaliyyətin nəticəsi beyin, zəka, düşüncə məhsulu olduğuna görə duyulmayan, ideal, qeyri-maddi xarakter daşıyır. Deməli, qeyri-

maddi aktivdir və **hüquqi qorunma qeyri-maddi obyektə şamil olunur**. Lakin bir şərtlə – qorunmanın mövcudluğu üçün qeyri-maddi obyekt **obyektiv əks olunmalıdır**, yəni maddiləşməlidir. Bu isə **əqli mülkiyyətin ikili, dualizm təbiətindən, prinsipləndən** bəhs edir. Həqiqətən, ötən əsrlərin son illərində aparıcı şirkət və firmaların maddi aktivləri 80%, qeyri-maddi aktivləri 20% olduğu halda, hazırda bu nisbət əksinədir.

- Kreativ və yaradıcılıq industriyası yaradıcılıq əməyin nəticəsidir.

Onu da qeyd edək ki, **“yaradıcılıq əməyi” (fəaliyyəti)** termininin – çoxlu təkliflər olsa da, bu anlayışın alimlər tərəfindən qəbul edilmiş vahid tərfi yoxdur. Hətta ən çox işlənən tərif əqli mülkiyyətə bağlanılır. **“Yaradıcılıq fəaliyyəti” əqli fəaliyyətin növü olaraq, “əqli fəaliyyət” dən yençilik nəticələrin yaradılması ilə fərqlənir**. Lakin “yaradıcılıq”ın ədəbiyyatda səlis tərfi olmadığına görə, kulturoloji və fəlsəfi ədəbiyyatda “əqli fəaliyyət” və “yaradıcılıq fəaliyyəti” anlayışları arasında aşkar hüdudlar olmadığından (az halda bu anlayışlar identifikasiya edilir, digər halda isə fərqləndirilir, özü də subyektiv əsaslarla) peşəkarlar müəlliflik hüququ obyektlərinə və daha geniş mənada əqli mülkiyyət 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.
- Digər ƏM obyektləri **isə yaradıcı əməyin deyil, əqli fəaliyyətin məhsullarıdır:** məsələn, fonogram istehsalçısı, yayım və kabel yayımı təşkilatları, əmtəə nişanı, coğrafi göstərici və s.

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

- **Yaradıcılıq meyarı olan ƏM obyektlərini yaradanlara mütləq olaraq şəxsi hüquqlar verilir. Odur ki, yaradıcı əməyin paralel formulu** qorunan ƏFN-də mənəvi (şəxsi, qeyri-əmlak) hüquqların olmasına əsaslanan tərifdir. Başqa sözlərlə, **yaradıcı o ƏFN hesab ediləcək ki, onla-**

ra ƏM obyektləri kimi qorunma verildikdə iqtisadi (əmlak) hüquqlarla yanaşı, mənəvi (şəxsi, qeyri-əmlak) hüquqları da mövcuddur.

**Beləliklə, yaradıcılıq (kreativlik) ya müəlliflik hüququ obyektinə, ya da şəxsi hüquqlar olan ƏM obyektlərinə bağlıdır.**

- **İkincisi**, incəsənət ilə texnologiyaların kəsişməsi nəticəsində, burada yaradıcılıq və texnologiyalar birləşir, yəni **müasir kreativ industriyada rəqəmsal alətlərdən fəal istifadə etməyə şərait yaranır. Belə ki, süni intellekt** musiqinin və ya dizaynın generasiyasında istifadə olunur, VR (virtual realıq) texnologiyaları isə interaktiv incəsənəti formalaşdırır.
- **Üçüncüsü**, kreativ industriyanın **qlobal miqyası və rəqəmli distribusiyası** internet hesabına imkan verir ki, dünyanın hər bir guşəsində kreativ kontent əlçatandır. Belə ki, musiqi striling servisləri, onlayn-kinoteatrları, rəqəmli art-platformaları kreativ məhsulu qlobal miqyasda istənilən yerdə monetizasiyasına imkan verir.
- **Dördüncü**, çeviklik və innovasiyalıq xarakteristikası kreativ industriyasına iqtisadiyyatda olan dəyişiklərə, trendlərə çevik cavablanmasına, uyğun-

laşmasına şərait yaradır. Belə ki, COVID-19 pandemiyası zamanı teatr və muzeylər onlayn formatda daha fəal istifadəni nümayiş edirdilər.

- **Beşincisi (ən vacibi!). Kreativ industriya iqtisadiyyatda mühüm rola malikdir.**

UNESCO-nun məlumatına əsasən, **dünya ÜDM-in 3%-ni təşkil edir və 29,5 mln. iş yeri** yaradır, dünyanın kreativ iqtisadiyyatın həcmi 2,5 trln. dollara yaxındır. Britaniyada ildə 100 mlrd. funt-sterlinqdən artıq gəlir əldə edilir, ABŞ-da yalnız əyləncə və media industriyası 2 trln. dollar təşkil edərək, ən gəlirli biznes sferası sırasındadır. Güclü inkişaf etmiş ölkələrdə kreativ industriya ÜDM-i 10% artıqdır, Rusiyada 4,5%-dir, Azərbaycanda isə 5,2%-dir. İnkişafda olan ölkələrdə kreativ iqtisadiyyatın artımı ildə 12% çox artır.

Bundan savayı, yalnız ABŞ və Avropa bu sahədə əsas aktorlar deyillər. Belə ki, Asiya-Sakit okean regionu bazarda lider sırasındadır: gəlirləri – 743 mlrd. Dollar, iş yerlərin yaranması – 12,7 mln.

Üstəlik, IT texnologiyaları kreativ təbəqənin imkanlarını genişləndirərək, kreativ industriyanın katalizatoru rolunu oynamaqdadır. Belə ki, **“Influencer Marketing Hub”** kompaniyasının məlumatına əsasən, 33% **kriektorlar** 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**” vənçur kompaniyasının məlumatına əsasən, dünyada 50 mln.-dan artıq insan özünü kriator (creators) hesab edərək və kreativ kontentin industriyasının yaradılmasına cəlb olunaraq, böyük investisiya axınına səbəb olur.

Son ildə dünya üzrə yalnız ən tanınmış startaplara 2 mlrd. dollar investisiya yatırılmışdır.

**Beləliklə**, dediklərimiz belə nəticəyə gətirir ki, kreativ industriya – insan yaradıcılığı və ideyalara, əqli mülkiyyət ilə, biliklərlə və texnologiyalarla əlaqəli münasibətlərə əsaslanan yeni konsepsiyadır.

- **Kreativ industriya kimi olan vacib sahəyə Azərbaycanda diqqət nə cür yerinə yetirilir və yaradılan Əqli Mülkiyyət Agentliyi hansı işlər aparır?**

**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 və dəstəyi ilə həyata keçirilən iqtisadi islahatlar siyasətinə, innovativ inkişafa yönəlmiş adekvat xidmət göstərməsinə məqsəd qoyulmuşdur, yeniliklərə dəstək verməklə, **fəal aktor** kimi

abstrakt xidmətlər vasitəçindən sosial-iqtisadi uğurların aparıcı amillər sırasında öz yerini tutmaqdadır.

**“Azərbaycan 2030: sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər” və “Azərbaycan Respublikasının 2022–2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyası”** adlı proqram sənədlərində **“yaradıcı iqtisadiyyat termini”** istifadə olunur.

**Dövlət başçısının Fərmanla təsdiq etdiyi Agentliyin Nizamnaməsində “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”... tələbləri qoyulur və, beləliklə, “kreativ iqtisadiyyat” termini istifadə olunur.**

**Sənədlərdən görüldüyü kimi, “yaradıcı” və “kreativ industriya” uyğun mənada sinonimlər kimi istifadə olunur, “industriya” termini isə toplu, çoxluq mənasında “kreativ iqtisadiyyat” mənasında işlənilə bilər, özü də əqli mülkiyyətə bağlıdır.**

- **Bəs “mədəni industriya” və “kreativ” (yaradıcı) industriya terminlərinin fərqi nədən**



## **ibarətdir və bu terminlərin yaranma xronologiyası nə cürdür?**

Bunların əqli mülkiyyətə, xüsusən onun Copyright qoluna əsaslandığı səbəbindən əqli mülkiyyətin müasir kontekstinə müraciət edək.

ƏM-in müasir konteksti nəzərə çarpan dərəcədə dəyişmişdir, kökündə yalnız hüquqi məna deyil, üstəlik iqtisadi və sosio-mədəni məna başa düşülür. ƏM-in müasir kateqoriyasında fiziki və hüquqi şəxslərin **əqli fəaliyyət nəticələrinə (ƏFN) verilən yalnız müs-təsna hüquqlar yox, bununla yanaşı, hüquqlarla təmin olunan bilavasitə ƏFN də nəzərə alınmalıdır**. Bir mütəxəssis kimi mən bu yanaşmanın tərəfdarıyam, beynəlxalq, avrasiya və milli tədbirlərdə öz məruzə və prezentasiyalarımda, kitablarımda **ƏM fenomeninin hüquqi, iqtisadi və sosio-mədəni aspektlərinin birgə təhlilinin tərəfdarıyam**.

- Əqli Mülkiyyət Agentliyinin təşəbbüsü və təşkilatçılığı ilə ÜƏMT-nin təsdiq etdiyi metodika əsasında Azərbaycanda kreativ iqtisadiyyatın ÜDM-dəki payı uzun illərdir ki, araşdırılır və hökumətin hesabatında öz əksini tapır, yalnız son 3 ildə 4 konfrans, 2 beynəlxalq, o cümlədən son beynəlxalq tədbir ÜƏMT-nin bu işlərin başında duran departamenti ilə birgə keçirilib. Onu da qeyd etməliyəm ki, ölkə-

mizin bu sahədə uğurlarını nəzərə alaraq, ÜƏMT Azərbaycanı yeni CEDM (kreativ iqtisadiyyatın Data modeli) üzrə işləyən ilk dövlətlər sırasına layiq görüb.

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

- İlk dəfə 20 il öncə amerika jurnalında işlədilən **“kreativ iqtisadiyyat”** termini elmdə qəbul edilib və 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.**

**“Kreativ iqtisadiyyat” ifadəsinə bu terminin və fəaliyyət istiqamətinin yaradıcıları C.Houkins və R.Floridanın əsərlərində yanaşmaları üzərində dayanaraq,** “Kreativ İndustriya” Richard Floridanın məşhur kitabında (“The Rise of the Creative Class”, 2002) dərindən araşdırılıb və bundan sonra öz yerini tapıb.

**Houkins** “Kreativ iqtisadiyyatları” 15 kreativ sənaye sahələrindən ibarət olduğunu göstərir.

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

**Florida “kreativ iqtisadiyyatlar”**ı peşə (fəaliyyət növü) əsasında müəyyən edir”. Bu tərif isə fəaliyyət növünə əsaslanan **konseptual tərifdir**.

**Beləliklə, operasional tərif əsasında (Houkins) kreativ iqtisadiyyat – yaradıcılıq fəaliyyəti ilə bağlı məhsul və xidmətləri yayan, istehsal və istehlak edən milli və beynəlxalq iqtisadiyyatın müvafiq sektorudur.**

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

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

Bu cür fərqlənmə UNESCO-nun sənədlərində (2013-cü il) və ÜƏMT-nin bütün sənədlərində təsdiqlənir və meyar qismində, qeyd etdiyim kimi, məhz “mü-

əlliflik hüququ" və daha geniş mənada "əqli mülkiyyət" anlayışları çıxış edir.

- **Təhlil göstərir ki:**

- **Kreativ iqtisadiyyat sahəvi məxsusluğuna əsasən – iqtisadiyyatın müasir qoludur. Bu səbəbdən İqtisadiyyat Nazirliyi ön planda durur;**

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

- **Kreativ iqtisadiyyatın daşıyıcıları kreativ sinif olduğuna görə – mədəniyyətdir. Bu səbəbdən Mədəniyyət Nazirliyinin iştirakı çox 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 müvafiq rol oynamalıdırlar.**

- **"Mədəni" və "yaradıcı" (kreativ) industriyalar" anlayışları müəyyən formalaşma mərhələləri keçən terminlərdir.**

"Mədəni industriya"da "yaradıcılıq" sözünün payı **insan fəaliyyətinə** aid olmasını göstərərək, mədə-

niyyət ilə sıx bağlantını təsəvvür edir, kreativ fəaliyyətin iqtisadi komponenti ilə əlaqəni nəzərdə tutmur və odur ki, terminologiyanın formalaşması ilk olaraq başında **mədəni industriya termini dururdu.**

- XX əsrdə industriyaləşmə gücünü və təsirini artıraraq, ardıcıl olaraq, "**mədəni industriya**" sözü "**mədəni industriyalar**" termini ilə əvəz olundu (cəm şəkildə) və bu transformasiya fenomenin bir sıra 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 məhsul və xidmətlərin mədəni potensialı artıq tələb və təklifin ənənəvi iqtisadi qanunlarına tabe edildi** və növbəti inkişaf mərhələsi "**mədəni**" anlayışından "**yaradıcı**" ("**kreativ**") anlayışına keçid təşkil etdi.

XXI əsrin əvvəllərində UNESCO-nun statistik icmalında isə qeyd edilirdi ki, **kreativ industriyalar daha geniş institusiyalar spektrini əhatə edən fəaliyyətdir.** Belə ki, bu sıraya telekommunikasiya industriyaları və elmi tədqiqatlar və işləmələr daxil olurdurdu.

Hələ 1998-ci ildə çıxan Kris Smitin "Yaradıcı Britaniya" kitabında (C.Smith, "Creative Britain", London, Faber and Faber, 1998) maraqlı odur ki, bu kitab rus dilinə istər "Yaradıcı Britaniya", istərsə də "Kreativ Britaniya" şəklində tərcümə olunur.

UNCTAD 2022-ci ildəki "Kreativ iqtisadiyyatın icmalında" kreativ industriyalar yaradıcılıq və fərdi nəticə əsas resurs kimi qəbul edilir, istifadəsi isə yaranan məhsul və xidmətlərin yayılma dövrüyyəsi nəzərdə tutulur və burada aksent intellektual komponentə, əqli mülkiyyətə qoyulur. Odur ki, hal-hazırda **"kreativ industriyalar" və cəm şəklində daha çox "kreativ iqtisadiyyat"** anlayışları istifadə olunur.

- Qeyd etdiyimiz kimi, **Azərbaycanda "kreativ" və "yaradıcı"** sözləri ekvivalent mənada işlənilir.

Belə yanaşmanın üstünlüyü isə IT sahəsinin və elm və elmi-texniki tərəqqi sahələrinin də kreativ industriyalara daxil edilməsinə imkan yaradır.

Həqiqətən, kreativ industriyalara (iqtisadiyyata) daxil olmayan əqli mülkiyyət obyektlərin olması əslində qeyri-korrektidir. Misal üçün, tətbiqi kreativ industriyalara daxil olan memarlıq və sənaye dizayn üçün patent hüququna aid olan sənaye nümunələri aktualdır. Analoji olaraq, moda industriyasında brendin adı

və loqotipi, əmtəə nişanı olaraq bazarda tanınması üçün çox vacibdir.

- Sonda xüsusi qeyd edirəm ki, "kreativ industriyalar" və "kreativ iqtisadiyyat" anlayışları mütləq olaraq əqli mülkiyyəti nəzərdə tutur və kreativ industriyaların cəmi kreativ iqtisadiyyat deməkdir.

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

- Kreativ iqtisadiyyata aid bir neçə problemlər haqqında danışaq:

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

Bizim kreativ industriya məhsullara ölkədaxili tələbatı hələ ki, təmin edilmir. Xarici ticarətin balansı müsbət olduğu halda, 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 tut-

mur. Qİİ-2024-ün kreativ nəticələri dediklərimi təsdiqləyir: 107-ci yer.

**2.** Bəllidir ki, kreativ iqtisadiyyat insan kapitalına əsaslanır. İnkişaf etmiş iqtisadiyyat – insan kapitalına yönəldilən daha yüksək yatırımlar deməkdir. Çünki **alim 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. Xatırladım ki, "rəqəmli 4.0 iqtisadiyyat"a keçid ilə bağlı bazar daha çox yaradıcı kompetensiyaları və kreativliyi olan mütəxəssislərə tələbat yaradır. Halbuki, bəllidir ki, bazarda çoxlu iş yerləri tapmamış ali təhsilli mütəxəssislərə rast gəlinir. Lakin kifayət qədər peşə biliklərini tələb edən iş yerləri var. Bir sözlə, kreativ iqtisadiyyatın stimullaşdırılması üçün ali təhsil və peşə təhsili arasındakı balans tapılmalıdır, peşə hazırlığı keyfiyyətinin artırılmasını tələb olunur və çox ümidvericidir ki, Elm və Təhsil Nazirliyi bu işləri aparır.

**3.** Kreativ iqtisadiyyatın uğurlu inkişafı mütləq olaraq **infrastrukturun mövcudluğu** ilə bağlıdır. Bir sözlə, bu sahənin nümayəndələrinin kooperasiya, əməkdaşlıq qurmaq, ideyalarını uğurla həyata keçirmək üçün birləşmək imkanları mövcud olmalıdır. Söh-



bət yaradıcılıq istiqamətli biznes meydanlarından, istər sektor daxilində və istərsə də qıraq strukturlarla kommunikasiya şəraitindən gedir. Bu işlər intensivləşməlidir.

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

Kreativ iqtisadiyyatın inkişafı üçün müvafiq şərtlər yerinə yetirilməlidir – **istehlakçılar**, yəni onların savad, intellekt və maliyyə təminatı, təhsilli olması, **əmək resursları** (yəni fərdi yaradıcılıq təfəkkürü və yeni ideyaların generasiyası mövcudluğu, bir sözlə, "kreativ sinfin" güclənməsi) və **məkan-mikromühit** (yəni zəngin institusional bazalara malik meydançalar olması).

Bu işlər başlanılıb və həmin istiqamətlərdə çalışmalara uğurlar arzulayıram.

Təşəkkür edirəm.



---

Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyində  
hazırlanmışdır.

