

## REKLAMA FAOLIYATIDA ISTE'MOLCHILAR HUQUQLARINI HIMOYA QILISH VA MAS'ULIYAT MASALALARI

**Berkinova Xumora Alisher qizi**

*O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti 2-bosqich magistranti*

**Annotatsiya.** *Mazkur maqolada reklama faoliyatida iste'molchilar huquqlarini himoya qilish va reklama subyektlarining huquqiy mas'uliyati masalalari ko'rib chiqilgan. O'zbekiston Respublikasining 2022-yil 7-iyundagi O'RQ-776-sonli "Reklama to'g'risida"gi Qonuni va "Iste'molchilarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida"gi Qonun normalari tahlil qilingan. Tadqiqotda noto'g'ri (insofsiz) reklama, nomaqbul reklama va aksilreklama tushunchalarining huquqiy mohiyati ochib berilgan. Shuningdek, reklama beruvchi, reklama tayyorlovchi va reklama tarqatuvchi subyektlarning mas'uliyat doirasi tahlil qilingan. Muallif tomonidan O'zbekiston Respublikasi Raqobatni rivojlantirish va iste'molchilar huquqlarini himoya qilish qo'mitasining amaliy faoliyati statistik ko'rsatkichlar asosida baholangan. Maqola xulosasida reklama bozorini tartibga solish va iste'molchilar huquqlarini kafolatlash bo'yicha takliflar ishlab chiqilgan.*

**Kalit so'zlar:** *aksilreklama, davlat nazorati, huquqiy himoya, iste'molchi, mas'uliyat, noto'g'ri reklama, reklama bozori.*

### **Kirish**

Zamonaviy bozor iqtisodiyoti sharoitida reklama tovar va xizmatlarni iste'molchilarga yetkazishning eng muhim vositalaridan biriga aylangan. Reklama orqali iste'molchi bozordagi mahsulotlar, ularning xususiyatlari, narxi va sifati to'g'risida ma'lumot oladi. Biroq reklama faoliyatining keng tarqalishi va uning iste'molchilar ongiga ko'rsatadigan kuchli ta'siri munosabati bilan ushbu sohani huquqiy jihatdan tartibga solish va iste'molchilar huquqlarini ishonchli himoya qilish dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasining 53-moddasida davlat iste'molchilarning huquqi ustunligini hisobga olib, iqtisodiy faoliyat, tadbirkorlik va mehnat qilish erkinligini kafolatlaydi degan norma mustahkamlangan. Bu konstitutsiyaviy qoida iste'molchilar manfaatlarining ustuvor ekanligini ko'rsatadi va reklama sohasidagi qonunchilik aynan shu tamoyilga asoslanadi.

Mavzuning dolzarbligi shundaki, raqamli iqtisodiyot rivojlanishi, masofaviy savdo va onlayn-platformalarning kengayishi natijasida iste'molchilar yangi xil huquqbuzarliklarga duch kelmoqda. Insofsiz reklama, noto'g'ri ma'lumotli e'lonlar va yashirin reklama amaliyoti iste'molchilarga moddiy va ma'naviy zarar yetkazmoqda. Shu munosabat bilan ushbu

maqolada reklama subyektlarining huquqiy mas'uliyati va iste'molchilar manfaatlarini himoyalash mexanizmlari atroflicha tahlil qilinadi.

### **Reklama tushunchasi va uning huquqiy ta'rifi**

O'zbekiston Respublikasining 2022-yil 7-iyundagi O'RBQ-776-sonli "Reklama to'g'risida"gi Qonuniga muvofiq, reklama deganda bevosita yoki bilvosita foyda (daromad) olish maqsadida yuridik yoki jismoniy shaxslar, mahsulot, shu jumladan tovar belgisi, xizmat ko'rsatish belgisi va texnologiyalar to'g'risida har qanday shaklda va har qanday vositalar yordamida qonunchilikka muvofiq tarqatiladigan maxsus axborot tushuniladi (O'zbekiston Respublikasi, 2022). Ushbu ta'rif reklamani shunchaki axborotdan ajratib turuvchi muhim belgilarni o'z ichiga oladi: maqsadi (foйда olish), aniq adresati (potensial iste'molchi) va ommaviy xarakteri.

1998-yilda qabul qilingan eski qonun atigi 30 ta moddadan iborat bo'lgan bo'lsa, yangi qonun 7 ta bob va 53 ta moddani o'z ichiga oladi. Yangi qonun loyihasini ishlab chiqishda 30 ga yaqin xorijiy davlat qonunlari va xalqaro hujjatlar tahlil qilingan bo'lib, bu hujjat zamonaviy talablarga to'liq javob beradi (AllahRakha, 2024). Qonunning kuchga kirishi reklama bozorini tubdan tartibga solish va iste'molchilar manfaatlarini ishonchli himoyalash maqsadini ko'zlaydi.

### **Nomaqbul reklama turlari**

Yangi qonun nomaqbul reklamani bir necha turlarini aniq belgilaydi. Bu noto'g'ri (insofsiz, bila turib yolg'on) reklama, axloqsiz reklama va yashirin reklama hisoblanadi. Noto'g'ri reklama deb noaniqligi, bir xil ma'noli bo'lmaganligi, bo'rttirib yuborilishi, yashirib ketilishi, tarqatish vaqti, joyi va usuliga nisbatan talablarning hamda qonunchilikda nazarda tutilgan boshqa talablarning buzilishi natijasida reklamadan foydalanuvchilarni chalg'itadigan yoki chalg'itishi mumkin bo'lgan reklama tushuniladi (O'zbekiston Respublikasi, 2022). Bunday reklama yuridik va jismoniy shaxslarga, shuningdek jamiyat hamda davlat manfaatlariga moddiy zarar va ma'naviy ziyon yetkazishi mumkin.

Aksilreklama tushunchasi qonunda yangi institut sifatida kiritilgan bo'lib, u noto'g'ri reklama keltirib chiqargan yoki keltirib chiqarishi mumkin bo'lgan oqibatlarni tugatish maqsadida tarqatiladigan raddiya hisoblanadi. Aksilreklama mexanizmi iste'molchilarni chalg'itilgan ma'lumotdan ogohlantirish va ularga to'g'ri ma'lumot yetkazish vositasi sifatida xizmat qiladi.

### **Iste'molchining asosiy huquqlari**

O'zbekiston Respublikasining "Iste'molchilarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida"gi Qonuni iste'molchilarning fundamental huquqlarini mustahkamlaydi. Qonunning 4-moddasiga muvofiq, mahsulotlar va xizmatlar inson salomatligi, hayoti, mol-mulki va atrof-muhit uchun xavfsiz bo'lishi shart. Agar tovar yoki xizmat zarar yetkazgan bo'lsa, iste'molchi

to'liq moddiy va ma'naviy zararni qoplashni talab qilish huquqiga ega (O'zbekiston Respublikasi, 1996). Bu normalar reklama orqali noto'g'ri ma'lumot olib, yaroqsiz yoki xavfli mahsulot sotib olgan iste'molchilarni himoya qilishning huquqiy asosini tashkil etadi.

2021-yilda "Iste'molchilarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida"gi qonunga kiritilgan o'zgartishlar sotuvchining javobgarligini oshirish va xaridorning huquqlari, jumladan, moddiy zararni qoplash huquqi ro'yxatini kengaytirishni ko'zda tutadi. Qonunga kiritilgan o'zgartishlar masofaviy savdo va masofaviy xizmatlar ko'rsatishda iste'molchilar huquqlariga rioya etilishiga ham ta'sir ko'rsatdi, bu raqamli iqtisodiyot davrida nihoyatda muhim ahamiyatga ega (Yusupov, 2025).

Reklama sohasidagi davlat tomonidan tartibga solishning vakolatli organi sifatida O'zbekiston Respublikasi Raqobatni rivojlantirish va iste'molchilar huquqlarini himoya qilish qo'mitasi faoliyat yuritadi (Raqobat qo'mitasi, 2023). Ushbu organ reklama bozorini tartibga solish, iste'molchilar huquqlarining buzilishini aniqlash va bartaraf etish, shuningdek qonunchilik talablarini yetkazish bo'yicha keng vakolatlarga ega.

Qo'mitaning amaliy faoliyati natijalari uning faolligini ko'rsatadi. 2022-yilda Qo'mitaga 25 mingdan ziyod murojaat kelib tushgan va 257 ta tizimli o'rganish o'tkazilgan. Natijada 2,1 million iste'molchining huquqlari tiklangan va ularga 60,6 milliard so'm qayta hisob-kitob qilib berilgan (Yusupov, 2025). Murojaatlarning 5,3 foizi aynan reklama munosabatlari sohasiga to'g'ri kelgan, bu reklama sohasidagi muammolarning dolzarbligini tasdiqlaydi.

Dori vositalari, biologik faol qo'shimchalar reklamasi yuzasidan o'tkazilgan o'rganishlarda 809 ta, xalq tabobati tovarlari reklamasida 29 ta, energetik ichimliklar reklamasida esa 133 ta qonun buzilishi holatlari aniqlangan (Raqobat qo'mitasi, 2023). Bu raqamlar sog'liq bilan bog'liq mahsulotlar reklamasidagi muammolarning naqadar jiddiy ekanligini ko'rsatadi va bu sohada qo'shimcha nazorat choralarini joriy etish zaruratini taqozo etadi.

Reklama qonunchiligi reklama jarayonida ishtirok etuvchi uchta asosiy subyektни belgilaydi: reklama beruvchi, reklama tayyorlovchi va reklama tarqatuvchi. Reklama beruvchi - bu reklama qilinayotgan mahsulot egasi yoki tashabbuskor shaxs. Reklama tayyorlovchi reklama materialini yaratuvchi, reklama tarqatuvchi esa uni iste'molchilarga yetkazuvchi shaxs hisoblanadi (Mustafaev, 2021). Har bir subyekt o'z faoliyat sohasi bo'yicha huquqiy mas'uliyatga tortiladi.

Reklama beruvchi reklamada keltirilgan ma'lumotning ishonchliligi uchun javob beradi. Agar reklamada tovarning haqiqiy bo'lmagan xususiyatlari ko'rsatilsa, bu uchun aynan reklama beruvchi javobgar bo'ladi. Reklama tayyorlovchi esa reklama materialining qonun talablariga moslik darajasi uchun mas'uliyatga tortiladi - masalan, reklamada davlat tili talablarining buzilishi yoki nomaqbul tasvirlardan foydalanish bo'yicha (AllahRakha, 2024).

Reklama tarqatuvchi tarqatishning shakli, vaqti va joyi bo'yicha qonun talablariga rioya qilishi shart.

"Reklama to'g'risida"gi qonunning 6-moddasiga binoan, O'zbekistonda reklama davlat tilida tarqatilishi shart. Reklama mazmunining boshqa tillardagi tarjimasini matni uning davlat tilidagi asosiy ma'nosini buzib ko'rsatmasligi kerak. Boshqa tillardagi tarjima matni harfining o'lchami davlat tilidagi reklama matni harfining o'lchamidan kichik bo'lishi belgilangan (O'zbekiston Respublikasi, 2022). Ro'yxatdan o'tgan tovar belgilari, xizmat ko'rsatish belgilari va logotiplar asl tilda ko'rsatilishi mumkin.

Hududlarda joylashgan tashqi reklama obyektlaridagi reklamalarning davlat tili qoidalariga mosligini o'rganish yuzasidan 9,5 mingga yaqin monitoring o'tkazilgan. Shundan 35 foiz holatda reklamalar "Reklama to'g'risida"gi qonunda belgilangan davlat tiliga oid talablarga muvofiq emasligi aniqlangan va ularni tezkor bartaraf etish choralarini ko'rilgan (Raqobat qo'mitasi, 2023). Bu statistika reklama subyektlarining qonun talablariga to'liq rioya qilmasligi va qo'shimcha javobgarlik choralarini joriy etish zarurligini ko'rsatadi.

### **Maxsus tartibga olinadigan reklama turlari**

Yangi qonun ayrim mahsulotlar reklamasiga alohida cheklovlar va taqiqlar belgilaydi. Xususan, alkogol mahsulotlari reklamasiga umuman yo'l qo'yilmaydi, faqat O'zbekistonda ishlab chiqarilgan pivo, tabiiy va ko'piklanadigan vinolarni reklama qilishga ayrim hollarda yo'l qo'yiladi (O'zbekiston Respublikasi, 2022). Shuningdek, darsliklar va daftarlarda reklama joylashtirilishi, milliy va oilaviy an'analarga zid obrazlardan, mashhurlar va tibbiyot xodimlari siymosidan foydalanish hamda tovar narxlarini xorijiy valyutada ko'rsatish taqiqlanadi (Yuz.uz, 2022). Televideniya orqali tarqatilayotgan reklamada voyaga yetmaganlar huquqlarini ta'minlash, reklama davomiyligi va tovushi me'yorlariga rioya qilish bo'yicha alohida talablar belgilangan. Tovush balandligi me'yorlariga rioya etmagan telekanallarga ogohlantirish xatlari yuborilgan, ammo qonun buzilishi holatlari takrorlanayotgani kuzatilmoqda (Raqobat qo'mitasi, 2023). Bu holat ma'muriy javobgarlik me'yorlarini kuchaytirishni zarur qilmoqda.

### **Xulosa**

Reklama faoliyatida iste'molchilar huquqlarini himoya qilish - bu zamonaviy bozor iqtisodiyotining muhim huquqiy institutlaridan biri. O'zbekiston Respublikasida 2022-yilda kuchga kirgan yangi "Reklama to'g'risida"gi qonun reklama bozorini huquqiy jihatdan zamonaviylashtirishga va iste'molchilar manfaatlarini ishonchli himoyalashga xizmat qilmoqda. Biroq amaliyot tahlili ko'rsatmoqdaki, mavjud huquqiy mexanizmlar to'liq samarali ishlamayapti va qo'shimcha takomillashtirishni talab qiladi. Muammolardan kelib chiqqan holda quyidagi takliflarni ilgari shurish mumkin:

Birinchidan, reklama qonunchiligi buzilishi uchun belgilangan ma'muriy javobgarlik miqdorlarini oshirish va takroriy huquqbuzarliklar uchun qat'iy choralar joriy etish zarur.

Ikkinchidan, iste'molchilarning huquqiy savodxonligini oshirish bo'yicha doimiy axborot kampaniyalarini kuchaytirish hamda raqamli reklama va onlayn-platformalardagi reklama munosabatlarini tartibga soluvchi maxsus qoidalar ishlab chiqilishi kerak.

Uchinchidan, reklama subyektlarining mas'uliyat chegaralarini aniq belgilash va fuqarolik jamiyati institutlarining nazorat qilishdagi roli kuchaytirilishi maqsadga muvofiq. Kompleks yondashuv orqali reklama sohasida iste'molchilar huquqlarini samarali himoya qilish mumkin.

### Foydalanilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi. (2022, 7-iyun). *"Reklama to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasining Qonuni* (O'RBQ-776-son). Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. <https://lex.uz/uz/docs/-6052631>
2. O'zbekiston Respublikasi. (1996, 26-aprel). *"Iste'molchilarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasining Qonuni* (221-I-son, 2021-yil 21-aprel tahririda). Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. <https://lex.uz/docs/-32514>
3. AllahRakha, N. (2024). *O'zbekiston Respublikasining reklama to'g'risidagi qonunchiligini qo'llash amaliyoti*. Yurisprudensiya: huquqiy ilmiy-amaliy jurnali, 1, 45-58. Toshkent davlat yuridik universiteti.
4. Mustafayev, Sh. B. (2021). *Chakana savdo sohasida iste'molchilar huquqlarini fuqarolik-huquqiy himoya qilish* [Yuridik fanlar bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi]. Toshkent davlat yuridik universiteti.
5. O'zbekiston Respublikasi Raqobatni rivojlantirish va iste'molchilar huquqlarini himoya qilish qo'mitasi. (2023). *"Reklama to'g'risida"gi qonun ijrosi qay darajada ta'minlanmoqda?* <https://raqobat.gov.uz/uz/reklama-tog'risidagi-qonun-ijrosi-qay-darajada-taminlanmoqda/>
6. Yusupov, A. (2025). *Raqamli iqtisodiyot sharoitida iste'molchilar huquqlarini himoya qilishning huquqiy asoslari*. Nazariy va amaliy fanlardagi ustuvor yo'nalishlar jurnali, 3(2), 112-125.
7. Yuz.uz. (2022, 23-iyun). *Reklamalar iste'molchi talabiga mosmi?* <https://yuz.uz/uz/news/reklamalar-istemolchi-talabiga-mosmi>