



O'ZBEKISTON QONUNCHILIGIDA OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI ORQALI REKLAMA TARQATISHNING O'ZIGA XOSLIKLARI

Ochilova Madina

Toshkent davlat yuridik universiteti Magistranti

ARTICLE INFO

Qabul qilindi: 18-May 2023 yil

Ma'qullandi: 20-May 2023 yil

Nashr qilindi: 24-May 2023 yil

KEY WORDS

ommaviy axborot vositalari,
reklama qonunchiligi,
vebsaytlarda reklama

ABSTRACT

Ushbu maqolada O'zbekiston Respublikasi qonunchiligida ommaviy axborot vositalari orqali reklama tarqatish masalalari, shuningdek, reklama tarqatishga ixtisoslashgan ommaviy axborot vositalarining huquqiy maqomi muhokama qilinadi.

O'zbekistonda ommaviy axborot vositalarining faoliyati "Ommaviy axborot vositalari to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi qonuni¹, "Axborot olish kafolatlari va erkinliklari to'g'risida"gi qonun² va boshqa normalar bilan tartibga solinadi. Aynan ommaviy axborot vositalarida reklama tarqatishga oid normalar esa 2022 yilda qabul qilingan "Reklama to'g'risida"gi qonunda³ belgilab qo'yilgan.

Avvalo, biz "reklama xususiyatiga ega ommaviy axborot vositalarining huquqiy maqomi" nimaligini tushunish uchun ommaviy axborot vositasi deganda nima tushunilishi, ular qachon reklama xususiyatiga ega bo'lishi va huquqiy maqom deganda nima anglashilishini tushunishimiz kerak.

Ommaviy axborot vositasi bu – ommaviy axborotni davriy tarqatishning doimiy nomga ega bo'lgan hamda bosma tarzda (gazetalar, jurnallar, axborotnomalar, byulletenlar va boshqalar) va (yoki) elektron tarzda (tele-, radio-, video-, kinoxronikal dasturlar, Internet jahon axborot tarmog'idagi veb-saytlar) olti oyda kamida bir marta nashr etiladigan yoki efirga beriladigan qonunchilikda belgilangan tartibda ro'yxatga olingan shakli hamda ommaviy axborotni davriy tarqatishning boshqa shakllari hisoblanadi.

Reklama xususiyatiga ega ommaviy axborot vositasiga ayni damda milliy qonunchilikda aniq ta'rif yo'q. Yanada aniqroq aytadigan bo'lsak, 2019-yilda qabul qilingan "Ommaviy axborot va kommunikatsiyalar sohasida davlat xizmatlarini ko'rsatishning ayrim ma'muriy reglamentlarini tasdiqlash to'g'risida"gi Vazirlar Mahkamasi qarorida⁴ reklama xususiyatiga ega OAVlarga ta'rif berilgan edi. Ya'ni reklama xususiyatiga ega bo'lgan ommaviy axborot

¹ <https://lex.uz/docs/-1106870>

² <https://lex.uz/docs/-1319>

³ <https://lex.uz/uz/docs/-6052631>

⁴ <https://lex.uz/ru/docs/-4655428?ONDATE=20.12.2019%2001#-4656068>

vositasi davriy bosma nashr alohida soni hajmining 40 foizidan, tele-, radio dasturlarda eshittirish va ko'rsatuv har bir soatining 10 foizidan ko'prog'ini reklama xabarlarini tashkil qiladigan ommaviy axborot vositasi tushunilishi belgilangandi. Biroq ushbu norma 2020-yilda o'z kuchini yo'qotgan.⁵

Huquqiy maqom deganda huquqiy holat, majburiyatlar va huquqlar yig'indisini tushunamiz.⁶

Demak, ushbu maqolada ommaviy axborot vositalari orqali reklama tarqatishning o'ziga xosliklari, bunda OAVlarning huquq va majburiyatlari hamda reklama xususiyatiga ega OAVlarning qonunchilikda belgilangan huquqiy holati, majburiyat va huquqlarini ko'rib chiqamiz.

"Reklama to'g'risidagi qonunda televideniya, radio, gazeta, jurnal va internet tarmog'ida reklama tarqatishning huquqiy asoslari belgilangan. OAVlar turiga qarab, reklama tarqatishda bir-biridan farq qiladi.

Qonunning 27-moddasida telekanallar efirida, tele-, video-, kinoxronikali dasturlarda tarqatilayotgan reklamani (shu jumladan teledokon reklamasi kabi reklamani) umumiy davomiyligi ko'rsatuv vaqtining bir soati davomida yigirma foizdan, biroq bir sutkada ko'rsatuv vaqtining o'n besh foizidan oshishi mumkin emas, ushbu talab faqat reklama teledasturlariga ixtisoslashtirilgan telekanallarga nisbatan tatbiq etilmasligi belgilangan. Ya'ni ushbu normadan shuni tushunish mumkin-ki, reklama xususiyatiga ega va ega bo'lmagan telekanal o'rtasida ko'rsatuv vaqtining bir soati davomida 20 foizdan oshmaslik limitini belgilash orqali chegara qo'yilyapti.

Masalan, bu degani 1 soat davom etadigan ko'rsatuv efirga uzatilayotgan bo'lsa, shu ko'rsatuv orasiga hammasi bo'lib 12 daqiqagacha reklama qo'yish mumkin. Ammo telekanalda dasturlar bir sutkada 20 soat efitga uzatilsa, reklama ko'rsatuvlar vaqtining 15 foizidan, ya'ni ushbu misolda jami qo'yiladigan reklamalar uzunligi 3 soatdan oshmasligi kerak bo'ladi.

Radioda ham reklamaga oid talab shunday: ko'rsatuv vaqtining 20 foizidan, biroq bir sutkada ko'rsatuvlar vaqtining 15 foizidan oshib ketmasligi zarur. Bu talab ham reklama radiodasturlariga ixtisoslashtirilgan radiokanallarga taalluqli emas. Agar reklama belgilangan limitdan oshadigan bo'lsa, radio reklama xususiyatiga ega radio sifatida qaraladi.

Reklama xususiyatiga ega bosma nashrlarda reklamani hajmi davriy nashr bir soni hajmining qirq foizidan yuqori bo'ladi. Demak, reklama tarqatishga ixtisoslashmagan nashrlarga bitta songa 40 foizgacha reklama joylashtirishga ruxsat beriladi.

Ushbu ilmiy maqolada axborot texnologiyalari ommalashishi bilan, OAVlar internetga kochishi kuzatilayotgan bir davrda internet nashrlarida reklama tarqatish masalasi juda dolzarb. "Reklama to'g'risida"gi qonunga muvofiq, internetda tarqatiladigan reklama ushbu qonunda nazarda tutilgan reklamaga qo'yiladigan asosiy talablarga javob berishi kerakligi haqida so'z boradi. Shuningdek, unda internet jahon axborot tarmog'ining "UZ" domen zonasidagi axborot resurslarida reklamani aylanishiga nisbatan qo'shimcha talablar belgilanishi mumkinligi ham ko'zda tutilgan. O'zbekistonda internet nashrlari tobora ko'payib, nisbatan ko'proq auditoriyani jalb qilmoqda.

⁵ <https://lex.uz/ru/docs/-4655428>

⁶ O'zbekiston Milliy ensiklopediyasi. Birinchi jild. T:2000-y

2021-yil ma'lumotlariga ko'ra, O'zbekistonda 600dan ziyod vebsayt faoliyat yuritadi.⁷ 2022-yilda internet foydalanuvchilar soni 27,5 millionga yetdi.⁸ Ommalashish tendensiyasi juda tez sur'atlarda davom etyapti.

Boshqa OAVlar –gazeta, jurnal, telekanal va radiolardan farqli o'laroq internet nashrlaridagi kontentning umumiy hajmini hisoblash va shu hajmga nisbatan reklama tarqatishning cheklangan limitini belgilash qiyin. Chunki internet nashrlarida umumiy yuza yo'q, xabarlar lentasini umumiy maydon deb hisoblash juda qiyin. Chunki saytlarda xabarlar lentasiga bir kunda nechta xabar joylashtirilishidan qat'i nazar joylashtirilayotgan xabarlarning hajmi bir-biridan keskin farq qiladi.

Misollarga murojaat qilsak: Kun.uz internet nashri 2023-yil 22-may kuni rasmiy vebsaytiga 65 ta xabar joylagan⁹, shundan 6tasi reklama – ya'ni bir kunda ushbu saytdagi reklama umumiy maydonning 8 foizini tashkil qiladi deyish mumkin. Ammo bu yakuniy xulosa bermaydi, chunki Kun.uz vebsaytdan tashqari, eng ko'p auditoriyani jalb qilishi mumkin bo'lgan telegram kanaliga ham reklama joylashtiradi. Kun.uzning telegram kanali¹⁰ tahlil qilinsa, 2023-yilning 22-may kuni umumiy hisobda 28ta post joylangan bo'lsa, shundan 4tasi ya'ni 14,2 foizi reklamani tashkil qiladi. Bundan tashqari, nashrning ijtimoiy tarmoqlaridagi sahifalarida ham reklama joylashtiriladi – Instagram reklamalar joylashtiriladigan asosiy platformalardan biri. Mijozning xohishiga qarab, bir reklama yoki barcha platformalarda yoki faqatgina saytning o'zida joylashtirilishi mumkin. Shuningdek, saytning o'zida ham reklama banenrlarini joylashtirish imkoniyati bor.

Gazeta.uzda 22-may kuni vebsaytda 23ta xabar e'lon qilingan,¹¹ shundan 7tasi reklama. Shunday qilib, saytdagi xabarlarning 30 foizi reklamani tashkil qiladi.

Biroq aytish kerak-ki, saytlar uchun bu me'yor mutlaq qoida emas. Xususiy nashrlar reklama talabi va ehtiyojiga muvofiq, har kuni har xil hajmdagi reklama joylashtiradi. Chunki saytlarda maydon cheklanmagan.

Ommaviy axborot vositalari reklama tarqatuvchi sifatida reklama subyekti hisobalanadi va qonunchilikda ularning huquq va majburiyatlari aniq belgilab qo'yilgan. Xususan, reklama tarqatishga oid bir qator talablar bor:

- Nomaqbul reklamaga yo'l qo'yilmaydi;
- Raqobatchining obro'si va ishchanlik qobiliyatiga putur yetkazmasligi kerak;
- Insonlarni kamsitish yoki o'zga shaxslarning tovarlarini badnom qilish mumkin emas;
- Qonunchilikni buzishga, isnonlar hayotiga xavf solishva atrof-muhit muhitga zarar yetkazadigan da'vatlar bo'lmasligi kerak;
- mualliflik huquqiga amal qilish lozim;
- shaxslarning tasviridan ularning roziligisiz foydalanish mumkin emas;
- pornografiya tusidagi axborotdan foydalanish taqiqlanadi;
- axborot mazmunini buzishi mumkin bo'lgan so'zlardan foydalanish mumkin emas;

⁷ <https://qalampir.uz/uz/news/uzbekistonda-k-ancha-oav-faoliyat-olib-bormok-da-49600>

⁸ <https://atv1.uz/7449/atvblog/news/>

⁹ <https://kun.uz/uz>

¹⁰ <https://t.me/kunuzofficial>

¹¹ <https://www.gazeta.uz/ru/>

- reklamada davlat organlari mansabdor shaxslaridan foydalanish;
- reklama qilish taqiqlangan tovarlarga o'xshash tovarlarni reklama qilish;
- davlat ramzlaridan foydalanish mumkin emas;
- ta'lim darsliklari va daftarlarida reklama ishlatish mumkin emas;
- narxlarni chet el valyutasida ko'rsatish;
- bolalar sog'ligiga ta'sir qilishi mumkin bo'lgan reklamalarda yosh tasnifi ko'rsatish shart;
- tovarga oid muhim ma'lumotlarni yashirib ko'rsatish mumkin emas;
- milliy va oilaviy qadriyatlariga zid iboralarni ishlatish mumkin emas;
- giyohvandlik vositalari va pornografiya mahsulotlarini reklama qilish ham mumkin emas.

Agar qonunchilik hujjatlaridagi normalarga e'tibor qaratsak, O'zbekiston qonunchiligida reklama xususiyatiga ega ommaviy axborot vositalarining huquqiy maqomi aniq belgilanmagan. Ya'ni biz ommaviy axborot vositalarida tarqatishga oid mavjud qonun talablaridan kelib chiqibgina, qachon telekanal, radio yoki jurnal reklama xususiyatiga ega bo'lishi mumkinligi borasida xulosa qilishimiz mumkin. "Reklama to'g'risida"gi qonunda reklamalar namoyishi tartibi, reklama tarqatish usullari va qanday reklamalarni cheklash mumkinligi hamda boshqa muhim masalalarni belgilagan. Shu sababli, qonunchilikda reklama xususiyatiga ega ommaviy axborot vositalarining huquqiy maqomi aniq belgilan qo'yilishi shart.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. <https://lex.uz/docs/-1106870>
2. <https://lex.uz/docs/-1319>
3. <https://lex.uz/uz/docs/-6052631>
4. <https://lex.uz/ru/docs/-4655428?ONDATE=20.12.2019%2001#-4656068>
5. <https://lex.uz/ru/docs/-4655428>
6. O'zbekiston Milliy ensiklopediyasi. Birinchi jild. T:2000-y
7. <https://qalampir.uz/uz/news/uzbekistonda-k-ancha-oav-faoliyat-olib-bormok-da-49600>
8. <https://atv1.uz/7449/atvblog/news/>
9. <https://kun.uz/uz>
10. <https://t.me/kunuzofficial>
11. <https://www.gazeta.uz/ru/>