

# Қонун мустаҳкамлиги йўлида

Ўзбекистон Республикасининг 1998 йилда қабул қилинган "Реклама тўғрисида"ги қонунни мамлакатимизда реклама бозорининг ривож, тadbиркорлик ва истеъмол маданиятининг юксалишида муҳим омили бўлди.

Мамлакат реклама бозоридати ҳозирги тенденцияларга назар солидиган бўлсак, замонавий реклама воситалари тўғрисида махсуслотлар сўғиши учун қулай замин яратилганини кўраемиз. Албатта, бу икковий ҳолатдир.

Бирок реклама бозорида ижрбый ҳолатлар билан бир вақтда жамият манфаатлари ва қонун талабларига энд бўлган рекламалари ахборотлар ҳам тарқалаётганини айтиб ўтишимиз лозим.

Утган йилги мониторинг натижаларига кўра, аниқланган 333 та қонун бузилиши ҳолатининг 34 фоизи, яъни 118 та ҳолати тамаки, тамаки махсуслотлари ва алкогольли

ичимликлар рекламасининг ноқонуний тарзда тарқатилишига тўғри келган.

Ахборотнинг бундай айланishi, хусусан, тамаки ва алкогольли махсуслотлар рекламасини ноқонуний тарқатиш ҳолатлари қўплиги, энг аввало, хали тафаккури ва идрок этиш қўбиллиги шаклланмаган болалар ва ўсмирларнинг тамаки ва алкогольнинг таъми доирасига тушиб, унга қўниб қўйиш, мойиллик кўрсатиш, келгуси ҳаётида ҳам бу иллат измида бўлиб қолиш каби хавфли оқибатларни келтириб чиқариши эҳтимоли билан зарарлидир.

Вазирлар Маҳкамаси томонидан "Реклама тўғрисида"ги қонунга ўзгар-

Утган йилги мониторинг натижаларига кўра, аниқланган 333 та қонун бузилиши ҳолатининг 34 фоизи, яъни 118 та ҳолати тамаки, тамаки махсуслотлари ва алкогольли ичимликлар рекламасининг ноқонуний тарзда тарқатилишига тўғри келган.

тиш ва қўшимчалар киритиш ҳақида Ўзбекистон Республикаси қонун лойиҳаси Олий Мажлис Қонунчилик палатасига киритилди.

Амалдаги "Реклама тўғрисида"ги қонун 30 та моддадан иборат бўлиб, тақлиф этилаётган лойиҳа концепциясида, асосан, қонуннинг 6-, 14-, 23- ва 29-моддаларига ўзгариш ва қўшимчалар киритиш тақлиф этилмоқда.

Қонун лойиҳаси концепциясида кўзда тутилган асосий мақсад тамаки, тамаки махсуслотлари ва барча қувватдаги алкогольли ичимликлар рекламасини тақиқлаш бўлиб, хусусан, ушбу махсуслот намуналарини реклама мақсадида текин

тарқатиш, уларнинг номидан фойдаланиб хронийлик кўрсатиш, тамаки ва алкогольли махсуслотлар номи, уларнинг товар белгиси туширилган товарларни тарқатиш ёки сотиш ҳам тақиқланиб, шу бўйича тегишли нормаларни қонунга киритиш тақлиф этилмоқда. Зеро, аввало, давомчи-ни ва келажакимизга вориелари бўлиши ёшларимизга доимо ғамқўрлик кўрсатиб, уларни хатарли иллатлар гирдобини ва таъсирини ҳамоялаш халқимизга хос азалий қадриятларимиздан ҳисобланмади. Бунинг ёрқин ифодасини муҳтарам Юртбошимиз томонидан 2010 йилги "Барқамол авлод йили" деб ном берилишида кўришимиз мумкин бўлади.

"Барқамол авлод йили" Давлат дастурида ёшларнинг ҳар томонлама юксак инсонлар бўлиб етишлари учун барча зарур шарт-шароитларни яратиш масалалари ўрин олиши билан бир қаторда, ёшлар ўртасида соғлиқ турмуш тарзи маданиятини шакллантиришга, ўз соғлиғига эҳтиёткорлик билан муносабатда бўлишга, соғлом оқилларни қарор топтиришни, биллави қадриятларни тарғиб қилишга қаратилган маърифий тadbирларни ўтказиш, жумладан, ёшлар ўртасида тамаки чекиш, алкогольли ичимликлар истеъмол этилиш, гиёҳвандлик, ахлоқсизликнинг зарарли

оқибатлари тўғрисида роликлар ва плакатлар яратиш белгилаб қўйилган.

Реклама бозорида бошқа махсуслотлар, хизматлар, кўнгилочар тadbирлар рекламаси остида бир хил номга эга бўлган ароқ ва тамаки махсуслотларини реклама қилиш ҳолатлари авж олаётгани сир эмас.

Масалан, турли савдо белгилари остидаги ароқ ва ситaret махсуслотларининг номлари ва кўришиларида фойдаланган ҳолда минерал сув, лимонад ва бошқа махсуслотларнинг ташиқ рекламаси амалга оширилмоқда. Ушбу ҳолатларни содир этаётган шахслар, ўзларининг тижорат мақсадлари йўлида фойда келтидан қўзиб, жамият манфаатларига ва қонун талабларига белансанглик билан қараб, бошқа рақобатчи шахслар ҳуқуқларини ҳам бузмоқда.

Қонун лойиҳаси концепциясида рекламага доир асосий талаблар ва яширин "реклама" нормаларини тўғридаш ҳамда уларга аниқлик киритиш тақлиф этилмоқда.

Хусусан, реклама орқали берилётган ахборотнинг маъносини бузувчи ёки истеъмолчиларни жалғутувчи ҳоржий бўлардан фойдаланиш, рағбатлантирувчи тadbирларни ўтказишда улар

нинг муддати ва қилдарларини, ютуқлар ва соғалар бони ҳамда уларни олиш тартиби ва жойини кўрсатмаган ҳолда реклама қилиш, рекламаси тақиқланган товарларнинг номлари, белгилари ёки уларга ҳизмат кўрсатиш белгиларида, аралаштириб қўбриладиган даражада ўқшаш бўлган ном, белги ва хизмат кўрсатиш белгиларидан фойдаланишни маън этиш тақлиф этилмоқда.

"Реклама тўғрисида"ги Ўзбекистон Республикаси қонунига ўзгариш ва қўшимчалар киритиш ҳақида"ги Ўзбекистон Республикаси қонун лойиҳаси Олий Мажлис Қонунчилик палатасининг яъни йилгилицида биринчи ўқишда концептуал жиҳатдан қўллаб-қувватланди.

Маскур қонун лойиҳасига Ахборот ва коммуникация технологиялари масалалари қўмитаси масъул ҳисоблангани бос, ҳозирда қонун лойиҳасини маромига етказиш ва иккинчи ўқишга киритиш ишлари давом этмоқда.

**Фахриддин СОЛИЕВ,**  
**Олий Мажлис**  
**Қонунчилик палатаси**  
**Ахборот ва**  
**коммуникация**  
**технологиялари**  
**масалалари қўмитаси**  
**аъзоси.**