

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИНING ҚОНУНИ

РЕКЛАМА ТЎҒРИСИДА

1-модда. Ушбу Қонуннинг мақсади ва вазифалари

Ушбу Қонуннинг мақсади рекламани тайёрлаш ва тарқатиш билан боғлиқ муносабатларни тартибга солишдан иборат.

Ушбу Қонуннинг асосий вазифалари қуйидагилардан иборат:

юрidik ва жисмоний шахслар ёки маҳсулотлар тўғрисида ахборот оқимини шакллантириш;

тадбиркорлик ва истеъмол маданиятини такомиллаштириш;

рекламанинг давлат ва жамоат манфаатларига, ахлоқ ва маънавиятнинг умум эътироф этилган нормаларига, юридик ва жисмоний шахсларнинг ишчанлик обрўсига, атроф муҳит ҳолатига тажовузидан ҳимояланиш чораларини таъминлаш;

маҳсулотнинг характери, тайёрланиш усули ва жойи, истеъмол хусусиятлари, сифати ва бошқа тавсифлари, уни реализация қилиш шартларига кўра истеъмолчиларни чалғитадиган ёлғон ёки ноаниқ маълумотлар реклама воситасида тарқатилишининг олдини олиш.

2-модда. Ушбу Қонуннинг қўлланиш соҳаси

Ушбу Қонун Ўзбекистон Республикаси ҳудудида реклама тайёрлаш ва тарқатиш билан боғлиқ муносабатларга татбиқ этилади.

Ушбу Қонун ижтимоий воқеаларни, сиёсий партияларнинг, диний ташкилотлар ва жамоат бирлашмаларининг манфаатларини акс эттирувчи ва (ёки) уларни қўллаб-қувватлашга мўлжалланган ахборот билан боғлиқ муносабатларга татбиқ этилмайди.

3-модда. Реклама тўғрисидаги қонун ҳужжатлари

Реклама тўғрисидаги қонун ҳужжатлари ушбу Қонун ва бошқа қонун ҳужжатларидан иборатдир.

Қорақалпоғистон Республикасида реклама соҳасидаги муносабатлар Қорақалпоғистон Республикасининг қонун ҳужжатлари билан ҳам тартибга солинади.

Агар Ўзбекистон Республикасининг халқаро шартномасида Ўзбекистон Республикасининг реклама тўғрисидаги қонун ҳужжатларидагидан бошқача қоидалар белгиланган бўлса, халқаро шартнома қоидалари қўлланилади.

4-модда. Асосий тушунчалар

Ушбу Қонунда қуйидаги асосий тушунчалар қўлланилади:

Олдинги таҳрирге қаранг.

реклама — бевосита ёки билвосита фойда (даромад) олиш мақсадида юридик ёки жисмоний шахслар, маҳсулот, шу жумладан товар белгиси, хизмат кўрсатиш белгиси ва технологиялар тўғрисида ҳар қандай шаклда ва ҳар қандай воситалар ёрдамида қонун ҳужжатларига мувофиқ тарқатиладиган махсус ахборот;

(4-модданинг иккинчи хатбошиси Ўзбекистон Республикасининг 2002 йил 30 августдаги 404-II-сон Қонун таҳририда — Олий Мажлис Ахборотномаси, 2002 й., 9-сон, 164-модда)

реклама берувчи — рекламани тайёрлаш ва (ёки) тарқатиш учун унга буюртмачи бўлган шахс;

реклама тайёрловчи — реклама тайёрлашни тўлиқ ёки қисман амалга оширувчи шахс;

реклама тарқатувчи — реклама воситалари орқали реклама тарқатишни амалга оширувчи шахс;

рекламадан фойдаланувчи — реклама йўналтирилган шахс ёки шахслар гуруҳи;

реклама воситалари — рекламани ундан фойдаланувчига етказиш учун ишлатиладиган воситалар;

маҳсулот — товарлар, ишлар, хизматлар;

Олдинги таҳрирга қаранг.

аксилреклама — нотўғри (инсофсиз, била туриб ёлғон) реклама келтириб чиқарган ёки келтириб чиқариши мумкин бўлган оқибатларни бартараф этиш мақсадида тарқатиладиган раддия

(Ўзбекистон Республикасининг 2002 йил 30 августдаги 404-II-сон Қонунига мувофиқ 4-модда тўққизинчи хатбоши билан тўлдирилган — Олий Мажлис Ахборотномаси, 2002 й., 9-сон, 164-модда)

5-модда. Рекламанинг тили

Ўзбекистон Республикаси ҳудудида реклама Ўзбекистон Республикасининг давлат тилида ёки реклама берувчининг хоҳишига кўра бошқа тилларда тарқатилади. Белгиланган тартибда рўйхатга олинган товар белгилари (хизмат кўрсатиш белгилари), босма усулда терилган бўғинли белгилар (логотиплар) асли қайси тилда бўлса, шу тилда келтирилиши мумкин.

6-модда. Рекламага доир асосий талаблар

Қонунийлик, аниқлик, ишончлилик, рекламадан фойдаланувчига зарар, шунингдек маънавий зарар етказмайдиган шакллар ва воситалардан фойдаланиш рекламага доир асосий талаблардир.

Рекламада қуйидагилар тақиқланади:

ишлаб чиқарилиши ёки реализация қилиниши қонун ҳужжатлари билан тақиқланган маҳсулот тўғрисида ахборот тарқатиш;

жинси, ирқи, миллати, тили, дини, ижтимоий келиб чиқиши, эътиқоди, шахси ва ижтимоий мавқеига қараб, бошқа ҳолатларга кўра камситиш ёки ўзга шахсларнинг маҳсулотини бадном этиш;

қонун ҳужжатларининг бузилишига олиб келиши мумкин бўлган, фуқароларнинг соғлиғи ёки ҳаётига ва атроф муҳитга зарар етказувчи ёхуд зарар етказиши мумкин бўлган, шунингдек хавфсизлик воситаларига эътиборсизлик туйғусини уйғотувчи ҳаракатларга даъват қилиш;

мажбурий сертификатлаштирилиши зарур бўлган ёки ишлаб чиқарилиши ёхуд реализация қилиниши учун махсус рухсатнома (лицензия) бўлиши талаб этиладиган маҳсулотни тегишли сертификати, лицензияси бўлмаётган туриб реклама қилиш;

агар муаллифлик ҳуқуқи ва турдош ҳуқуқлар тўғрисидаги қонун ҳужжатларида бошқача қоида назарда тутилган бўлмаса, бошқа маҳсулот рекламасида қўлланиладиган умумий ечим, матн, тасвир, мусиқали ёки овозли оҳанглари айнан такрорлаш (тақлид ёки ўхшашма қилиш);

жисмоний шахснинг номи ёки тасвиридан унинг розилигисиз фойдаланиш;

порнографияни тарқатиш.

Олдинги таҳрирга қаранг.

ахборот мазмунининг бузилишига олиб келиши мумкин бўлган хорижий сўз ва иборалардан фойдаланиш;

маҳсулот давлат органлари ёхуд уларнинг мансабдор шахслари томонидан маъқулланганлигини кўрсатиш;

иштирок этиш учун муайян маҳсулотни олиш шарти қўйилган рағбатлантирувчи лотерея, танлов, ўйин ёки шунга ўхшаш бошқа тадбир ўтказишни тадбирнинг ташкилотчисини, уни ўтказиш қоидалари ва муддатларини, бундай тадбир ҳақидаги ахборот манбаини, мукофотлар ёки ютуқлар миқдорини, уларни олиш муддатлари, жойи ва тартибини кўрсатмаган ҳолда реклама қилиш;

маҳсулотни товар белгиси ёки хизмат кўрсатиш белгиси реклама қилиш тақиқланган ёхуд реклама қилишга нисбатан тегишли чекловлар ёки талаблар белгиланган маҳсулотнинг товар белгиси ёки хизмат кўрсатиш белгиси билан адаштириб юбориш даражасида бир хил ёхуд унга айнан ўхшаш бўлган бошқа маҳсулотнинг рекламаси кўринишида реклама қилиш.

(6-модданинг иккинчи қисми Ўзбекистон Республикасининг 2010 йил 17 сентябрдаги ЎРҚ-257-сонли Қонунига мувофиқ тўққизинчи — ўн иккинчи хатбошилар билан тўлдирилган — ЎР ҚХТ, 2010 й., 37-сон, 317-модда)

7-модда. Вояга етмаганларга мўлжалланган рекламага оид чеклашлар

Қуйидаги реклама тақиқланади:

фақат вояга етганларга мўлжалланган ёки вояга етмаганларнинг олиши ёхуд истеъмол қилиши тақиқланган маҳсулотни вояга етмаганлар истеъмол қилаётган ёки ундан фойдаланаётган тасвир туширилган реклама;

вояга етмаганларни маҳсулот олишга ёки реклама қилинаётган маҳсулотни олишни илтимос қилиб учинчи шахсларга мурожаат этишга даъват қилувчи реклама;
ҳақиқий ёки ўйинчоқ қуролдан фойдаланилган реклама.

8-модда. Реклама берувчининг ҳуқуқ ва мажбуриятлари

Реклама берувчи қуйидаги ҳуқуқларга эга:

реклама хусусида шартнома тузиш тўғрисида ошкора таклиф (оммавий оферта) киритиш;

реклама тайёрловчи ва тарқатувчи шартномани асоссиз равишда бекор қилган ҳолларда, етказилган зарарнинг ўрнини ва маънавий зарарни қоплаш тўғрисида даъво билан судга мурожаат қилиш.

Реклама берувчи:

реклама тайёрловчи ва (ёки) тарқатувчининг талабига биноан реклама ахборотининг ишончлилигини тасдиқловчи ҳужжатларни тақдим этиши;

агар реклама берувчининг фаолияти лицензияланиши зарур бўлса, маҳсулотни ёки реклама берувчининг ўзини реклама қилаётганда тегишли лицензияни тақдим этиши шарт.

Реклама берувчи қонун ҳужжатларига мувофиқ бошқа ҳуқуқларга эга бўлиши ва ўзга мажбуриятларни бажариши мумкин.

9-модда. Реклама тайёрловчи ва тарқатувчининг ҳуқуқ ҳамда мажбуриятлари

Реклама тайёрловчи ва тарқатувчи қуйидаги ҳуқуқларга эга:

оммавий оферта йўлланган шахсдан белгиланган тартибда акцепт олганидан сўнг реклама берувчи шартнома тузишдан бош тортган ҳолларда, бу шахсни шартнома тузишга мажбурлаш тўғрисидаги ҳамда реклама берувчининг шартнома тузишни асоссиз равишда рад этганлиги туфайли етказилган зарарнинг ўрнини қоплаш тўғрисидаги талаб билан судга мурожаат қилиш;

қонун ҳужжатларида белгиланган ҳолларда реклама берувчидан тегишли лицензияни талаб қилиш.

LexUZ шарҳи

Қўшимча маълумот учун Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг 2001 йил 12 майдаги 222-II-сон қарори билан тасдиқланган Амалга оширилиши учун лицензиялар талаб қилинадиган фаолият турларининг рўйхатига қаранг.

Реклама тайёрловчи ва тарқатувчи:

ушбу Қонунда белгиланган реклама фаолияти ва ҳомийлик қоидаларини бажариши;
ахборот ёки бошқа материалларни берган шахс тўғрисидаги маълумотларни унинг розилигисиз ошкор қилмаслиги;

реклама берувчи қонун ҳужжатларининг бузилишига олиб келиши мумкин бўлган ахборот берган тақдирда реклама берувчини бу ҳақда вақтида хабардор этиши шарт.

Реклама тайёрловчи ва тарқатувчи қонун ҳужжатларига мувофиқ бошқа ҳуқуқларга эга бўлиши ва ўзга мажбуриятларни бажариши мумкин.

10-модда. Рекламага бўлган муаллифлик ҳуқуқи

Рекламага бўлган муаллифлик ҳуқуқи ва турдош ҳуқуқларни тартибга солиш қонун ҳужжатларига мувофиқ амалга оширилади.

LexUZ шарҳи

Батафсил маълумот учун Ўзбекистон Республикасининг «Муаллифлик ҳуқуқи ва турдош ҳуқуқлар тўғрисида»ги Қонуни, Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодексининг 60 («Муаллифлик ҳуқуқи») ва 61 («Турдош ҳуқуқлар») - бобларига қаранг.

11-модда. Рекламани айнанлаштириш

Реклама, уни тарқатиш шакллари ёки воситаларидан қатъи назар, бошқа ахборотдан реклама деб ҳисоблаш мумкин бўладиган даражада ажратилган бўлиши керак.

Телевидение ва радиодаги реклама бошқа дастурлардан унинг бошланиши ва охирида аудио-, видео-, аралаш воситалар ёки бошловчиларнинг шарҳлари ёрдамида ажратиб қўйилиши лозим.

Маҳсулотга қизиқишни шакллантириш ва маҳсулот реализациясига кўмаклашиш учун маҳсулотнинг муайян маркасига (моделига, артикулига) ёки унинг ишлаб чиқарувчисига истеъмолчининг эътиборини атайин жалб этувчи, шунингдек мазкур маҳсулотни ишлаб чиқарувчи ёки тарқатувчи шахсга тааллуқли маълумотлардан (реквизитлардан) иборат ахборот материали, муаллиф ва таҳририят материали — реклама ҳисобланади ҳамда у «Реклама» ёки «Реклама ўрнида» рукни остида жойлаштирилмоғи лозим.

12-модда. Ҳомийлик

Телерадиодастурларни яратишда, бошқа оммавий ахборот воситалари учун материаллар тайёрлашда, театр-концерт, спорт тадбирлари ва бошқа тадбирларни уюштиришда ҳомийлар қатнашиши мумкин.

Реклама телевидение ва радио, аудиовизуаль маҳсулот билан боғлиқ бўлган ва ҳомийлик хизматларидан фойдаланилаётган тақдирда, ҳомийлар тўғрисидаги ахборот дастурнинг бошланишида ва охирида қисқа ва аниқ қайд этилиши керак. Ҳомийнинг номи (номланиши) ёнида ёки ҳомийнинг ўрнига унинг товар белгиси (хизмат кўрсатиш белгиси) кўрсатилиши мумкин.

Янгиликлар тўғрисидаги телерадиодастурларда ҳомийларнинг хизматларидан фойдаланишга йўл қўйилмайди.

Ҳомийлик кўрсатилаётган шахснинг фаолиятига ҳомий аралашишга ҳақли эмас.

13-модда. Нотўғри реклама

Ноаниқлиги, икки хил маънони англатиши, бўрттириб юбориши, яшириб кетиши оқибатида, рекламани тарқатиш вақти, жойи ва усулига нисбатан қўйилган талабларни ва қонун ҳужжатларида назарда тутилган бошқа талабларни бузиши натижасида рекламадан фойдаланувчиларни чалғитувчи ёки чалғитиши мумкин бўлган, шахсларга, шунингдек давлатга зарар ва маънавий зарар етказиши мумкин бўлган реклама нотўғри (инсофсиз, билатуриб ёлғон) реклама ҳисобланади.

Нотўғри реклама тақиқланади.

Олдинги таҳрирге қаранг.

Рекламани нотўғри деб топиш тўғрисидаги қарорни Ўзбекистон Республикасининг Хусусийлаштирилган корхоналарга кўмаклашиш ва рақобатни ривожлантириш давлат қўмитаси ёки унинг ҳудудий органлари (бундан буён матнда ваколатли давлат органи деб юритилади) қабул қилади.

(13-модданинг учинчи қисми Ўзбекистон Республикасининг 2018 йил 3 январдаги ЎРҚ-456-сонли Қонуни таҳририда — Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 05.01.2018 й., 03/18/456/0512-сон)

 LexUZ шарҳи

Қаранг: суд амалиёти.

14-модда. Яширин реклама

Яширин реклама истеъмолчининг идрокига унинг ўзи англамаган ҳолда таъсир ўтказадиган, шу жумладан махсус видео иловалардан (қўш овозли ёзувдан) фойдаланиш йўли билан ҳамда бошқа усуллар билан таъсир ўтказадиган рекламадир.

Яширин рекламадан радио-, теле-, видео-, аудио- ва кино маҳсулотда, шунингдек бошқа маҳсулотда фойдаланишга ва уни ўзга усуллар билан тарқатишга йўл қўйилмайди.

Олдинги таҳрирге қаранг.

Рекламани яширин деб топиш тўғрисидаги қарорни ваколатли давлат органи қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда қабул қилади.

(14-модда Ўзбекистон Республикасининг 2010 йил 17 сентябрдаги ЎРҚ-259-сонли Қонунига мувофиқ учинчи қисм билан тўлдирилган — ЎР ҚХТ, 2010 й., 37-сон, 317-модда)

15-модда. Қиёсий реклама

Қиёсий реклама — рақобатчига ёки унинг томонидан тақдим этилаётган муайян бир турдаги маҳсулотга бевосита ёки билвосита айнанлаштириладиган рекламалар.

Агар рекламада маҳсулотнинг моддий, муҳим, ишончли хоссалари ҳолисона ва инсофли таққосланса, агар бунда реклама ундан фойдаланувчини чалғитиб қўймаса ва чалғитиб қўйиши ҳам мумкин бўлмаса, реклама берувчи билан рақобатчининг шахси ёки реклама берувчининг ва рақобатчининг товар белгилари (хизмат кўрсатиш белгилари), фирма номи, маҳсулоти аралашиб кетмаса ҳамда рақобатчининг ишчанлик обрўсини ёки унинг товар белгисини (хизмат кўрсатиш белгисини), фирма номини, маҳсулоти ёки фаолиятини бадном этмаса, қиёсий рекламага йўл қўйилади.

16-модда. Ижтимоий рекламали ахборот

Ижтимоий рекламали ахборот соғлиқни сақлаш, атроф муҳитни муҳофаза қилиш, энергия ресурсларини сақлаб қолиш, ҳуқуқбузарликларнинг олдини олиш, аҳолини ижтимоий ҳимоя қилиш ва хавфсизлигини таъминлаш, маънавият ва маърифат масалаларига доир ахборот, шунингдек нотижорат йўсиндаги бошқа ахборотдир.

Шахсларнинг ижтимоий рекламали ахборотни текинга тайёрлаш ва тарқатишга доир фаолияти, ўз мол-мулкни (шу жумладан пул маблағларини) ижтимоий рекламали ахборот тайёрлаш ва тарқатиш учун бошқа шахсларга бериши хайрия фаолияти деб эътироф этилади. Бундай шахслар қонун ҳужжатларида назарда тутилган имтиёزلардан фойдаланадилар.

Олдинги таҳрирга қаранг.

Реклама тарқатувчилар реклама учун ажратилган эфир вақти, нашр ёки реклама майдони умумий йиллик ҳажмининг 5 фоизидан кам бўлмаган ҳажмда ижтимоий рекламали ахборотни жойлаштириши шарт. Бунда фаолияти Ўзбекистон Республикаси Давлат бюджети ҳисобидан тўлиқ ёки қисман молиялаштириладиган реклама тарқатувчилар ижтимоий рекламали ахборотни бепул жойлаштиради.

(16-модданинг учинчи қисми Ўзбекистон Республикасининг 2008 йил 10 апрелдаги ЎРҚ-150-сонли Қонуни таҳририда — ЎР ҚХТ, 2008 й., 14-15-сон, 93-модда)

17-модда. Телевидение ва радиодаги реклама

Телерадиоташкилотлар учун рекламага ажратилган кўрсатув (эшиттириш) вақти кўрсатувнинг (эшиттиришнинг) ҳар бир соатига 10 фоиздан ошиб кетмаслиги керак. Бу талаб кўрсатувнинг (эшиттиришнинг) ихтисослаштирилган рекламаларга қўйиладиган талабларга татбиқ этилмайди.

45 минутдан ортиқ давом этадиган концерт-томоша ва спорт дастурлари, кино- ва телефильмлар реклама учун тўлиқ 45 минутлик вақт оралиғида кўпи билан бир марта узиб қўйиши мумкин. Реклама бу кўрсатувларнинг (эшиттиришларнинг) бошланиши олдидан ва (ёки) улар туганидан сўнг жойлаштирилиши ҳам мумкин. 10 минутдан кам давом этадиган телекўрсатувларга (радиоэшиттиришларга) умуман, 10 минутдан ортиқ давом этадиган телекўрсатувларга (радиоэшиттиришларга) эса бу телекўрсатувларнинг (радиоэшиттиришларнинг) муаллифлик ҳуқуқи эгаси билан келишмасдан туриб реклама жойлаштирилиши мумкин эмас.

Давлат анжуманлари ва маросимлари олиб кўрсатилаётган (эшиттирилаётган) пайтда уни узиб туриб рекламани кўрсатиш (эшиттириш) тақиқланади.

Болалар даврасига (ўн тўрт ёшгача бўлганларга) мўлжалланган кўрсатувларда (эшиттиришларда) реклама тақиқланади. Бу тақиқ ижтимоий рекламали ахборотга татбиқ этилмайди.

Олдинги таҳрирга қаранг.

Дастурларнинг реклама қисмлари товушини телерадиодастурнинг товушига нисбатан баландроқ қилиш тақиқланади.

Телекўрсатувлар намоиш этилаётганда реклама мақсадларида ҳаракатланувчи сатрлардан фойдаланиш тақиқланади, реклама берилаётган пайтдаги ҳаракатланувчи сатрлар бундан мустасно.

(17-модда Ўзбекистон Республикасининг 2002 йил 30 августдаги 404-II-сон Қонунига мувофиқ бешинчи ва олтинчи қисмлар билан тўлдирилган — Олий Мажлис Ахборотномаси, 2002 й., 9-сон, 164-модда)

Телекўрсатувларнинг бошловчилари, дикторлари ва бошқа қатнашчилари реклама учун ажратилган вақтдан ташқари пайтда маҳсулотни билатуриб намоиш қилиш ёки унинг истеъмол хусусиятларини бевосита ёки билвосита тавсифлаш ҳуқуқига эга эмас.

Телевидение ва радио ходимларига ахборот ниқоби остида реклама билан шуғулланиш, яъни маҳсулот ишлаб чиқарувчининг реквизитларини, жойлашган манзилини, телефон рақамини, маҳсулотнинг тижорат белгиларини кўрсатиш тақиқланади.

18-модда. Босма оммавий ахборот воситаларидаги реклама

Босма оммавий ахборот воситаларидаги рекламанинг ҳажми, мавзусини шу оммавий ахборот воситаларининг ўзлари мустақил белгилайди. Обуна бўйича тарқатиладиган босма воситалар обуна шартларида нашрнинг умумий ҳажмидаги реклама миқдорини кўрсатишлари шарт.

Реклама йўсинидаги хабарлар ва материалларни бериб боришга ихтисослашмаган даврий босма нашрларда реклама даврий нашр бир сони ҳажмининг 40 фоизидан ошиб кетмаслиги шарт, қолган реклама бепул илова тарзида берилиши керак.

19-модда. Телефон ва ҳужжатли электр алоқадан фойдаланиладиган тарздаги реклама

Телекс ва факсимиль алоқа ёрдамида реклама қилишга, агар олувчининг махсус сўрови бўлмаса, бир манзилга бир варақдан ортиқ бўлмаган ҳажмда бир марта жўнатишга йўл қўйилади.

Маҳаллий, шаҳарлараро ёки халқаро телефон алоқасидан фойдаланилган ҳолда кўрсатиладиган хизматлар рекламаси реклама воситаларида тарқатилган тақдирда қуйидаги аниқ ахборотлардан таркиб топган бўлиши керак:

хизматнинг пулли ёки текин йўсинда эканлиги ҳамда унинг қиймати тўғрисидаги ахборот;

таклиф этилган хизматнинг мазмуни тўғрисидаги ахборот;

хизмат истеъмолчилари доирасига нисбатан қонун ҳужжатларида белгиланган ҳамда хизматнинг ишлаб чиқарувчиси томонидан белгиланган — ёшга доир ва бошқа чеклашлар тўғрисидаги ахборот;

телефон алоқа каналидан пулли фойдаланиш ва тегишли минтақада хизматдан 1 минут фойдаланишнинг қиймати тўғрисидаги ахборот.

Ушбу модданинг **иккинчи** қисмида назарда тутилган ахборот реклама хизматини тақдим этиш учун фойдаланиладиган телефон рақами терилган шриффт ҳажмининг камида ярмига тенг ҳажмдаги шриффт билан босилиши шарт.

Олдинги таҳрирге қаранг.

Ички ишлар органлари, тез тиббий ёрдам, ёнғиндан сақлаш ва шу каби хизматларнинг бепул хизмат кўрсатадиган телефон рақамларидан реклама тарқатиш учун фойдаланиш тақиқланади.

(19-модданинг тўртинчи қисми Ўзбекистон Республикасининг 2019 йил 23 майдаги ЎРҚ-542-сонли Қонуни таҳририда — Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 24.05.2019 й., 03/19/542/3177-сон)

20-модда. Ташқи реклама

Олдинги таҳрирге қаранг.

Ташқи рекламага алоҳида махсус конструкцияларда, тахталавҳаларда, экранларда, биноларда, иншоотларда, йўл чеккаларида, кўча ёриткичларининг таянчлари ва ҳоказоларда жойлаштириладиган реклама киради.

(20-модданинг биринчи қисми Ўзбекистон Республикасининг 2002 йил 30 августдаги 404-II-сон Қонуни таҳририда — Олий Мажлис Ахборотномаси, 2002 й., 9-сон, 164-модда)

Ташқи рекламани жойлаштириш тартиби маҳаллий давлат ҳокимияти органлари томонидан ўз ваколатлари доирасида белгиланади.

Муайян шахс эгаллаб турган бинонинг ташқи томонида, бинога кириш жойида шу шахс тўғрисида жойлаштирилган ёки мазкур шахснинг маҳсулоти ҳақида шу бино витринасидаги ахборот (пешлавҳа) реклама деб ҳисобланмайди ва бунинг учун маҳаллий давлат ҳокимияти органларининг рухсатини олиш талаб этилмайди.

Олдинги таҳрирга қаранг.

Ташқи рекламани кўча ёриткичларининг таянчларида ҳамда кўча ва йўллар қатнов қисми узра жойлаштириш хавфсизлик техникаси талабларига риоя қилган ҳолда ва йўл белгилари, светофорлар, чорраҳалар, пиёдаларнинг ўтиш жойлари, умум фойдаланишдаги транспорт воситалари бекатларини тўсиб қўймаган ҳолда, шунингдек бундай реклама йўл белгилари тасвирини такрорланмаган (ёки айнан тақлид қилмаган) тақдирда амалга оширилади.

(20-модданинг тўртинчи қисми Ўзбекистон Республикасининг 2002 йил 30 августдаги 404-II-сон Қонуни таҳририда — Олий Мажлис Ахборотномаси, 2002 й., 9-сон, 164-модда)

Табиатни муҳофаза қилиш объектлари доирасида ташқи рекламани жойлаштиришга маҳаллий давлат ҳокимияти органлари ёки тегишли давлат бошқарув органларининг ваколат доирасида улар билан келишилган ҳолда рухсат берилади.

Олдинги таҳрирга қаранг.

Ташқи рекламани моддий маданий мерос объектларида, йўл белгиларида ва светофорларда, уларнинг тиргакларида ёки ҳаракатни тартибга солиб турувчи бошқа ҳар қандай қурилмаларда, шунингдек дов-дарахтларни пайҳон қилиш ва туташ ҳудуддаги ободонлаштириш воситаларини бузиш йўли билан жойлаштириш тақиқланади

(20-модданинг олтинчи қисми Ўзбекистон Республикасининг 2018 йил 18 апрелдаги ЎРҚ-476-сонли Қонуни таҳририда — Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 19.04.2018 й., 03/18/476/1087-сон)

21-модда. Транспортдаги ва почта жўнатмаларидаги реклама

Реклама транспорт воситаларида, шу жумладан метрополитенда фақат уларнинг эгалари ёки мулкдорлари билан келишилган ҳолда ҳамда хавфсизлик талаблари ва йўл ҳаракати қоидаларига мувофиқ жойлаштирилиши мумкин.

LexUZ шарҳи

Батафсил маълумот учун Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2015 йил 24 декабрдаги 370-сонли қарори билан тасдиқланган «Йўл ҳаракати қоидалари»га қаранг.

Рекламани умум фойдаланишдаги транспорт воситаларида, метрополитен бекатларида, вокзалларда, портлар ва аэропортларда йўловчиларга хабар берувчи овозли тармоқлар орқали тарқатиш тақиқланади, ижтимоий рекламали ахборот бундан мустасно.

Олдинги таҳрирга қаранг.

Рекламани почта жўнатмалари орқали тарқатиш белгиланган тартибда шартнома асосида амалга оширилади.

LexUZ шарҳи

Батафсил маълумот учун Рекламани жойлаштириш тўғрисидаги Низомга (рўйхат рақами 1024, 06.04.2001 й.) қаранг.

(21-модданинг учинчи қисми Ўзбекистон Республикасининг 2006 йил 4 апрелдаги ЎРҚ-28-сонли Қонуни таҳририда — ЎР ҚХТ, 2006 й., 14-сон, 110-модда)

Олдинги таҳрирга қаранг.

22-модда. Дори воситалари, косметика ва маиший кимё воситалари рекламаси

(22-модданинг номи Ўзбекистон Республикасининг 2013 йил 30 апрелдаги ЎРҚ-352-сонли Қонуни таҳририда — ЎР ҚХТ, 2013 й., 18-сон, 233-модда)

Дори воситалари рекламасида қуйидагилар бўлиши шарт:

дори воситасининг тўлиқ номи (шу жумладан халқаро фармакологик номи) ва ишлаб чиқарувчисининг номи;

дори воситасидан фойдаланиш ёки уни қўллаш ҳақидаги ахборот.

Қуйидагиларни реклама қилиш тақиқланади:

фақат шифокорнинг кўрсатмаси (рецепти) бўйича бериладиган дори воситалари;

таркибида гиёҳвандлик воситалари ва (ёки) психотроп моддалари бўлган дори воситалари;

Ўзбекистон Республикасида тиббиётда қўлланишга рухсат берилмаган дори воситалари.

Олдинги таҳрирга қаранг.

Ўзбекистон Республикаси Соғлиқни сақлаш вазирлигининг рухсатисиз вояга етмаганлар учун мўлжалланган дори воситаларини реклама қилишга йўл қўйилмайди.

LexUZ шарҳи

Қаранг: Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2014 йил 15 декабрдаги 341-сонли қарори билан тасдиқланган «Вояга етмаганлар учун мўлжалланган дори воситаларини реклама қилишга рухсатнома бериш тартиби тўғрисида»ги Низом.

(22-модданинг учинчи қисми Ўзбекистон Республикасининг 2013 йил 30 апрелдаги ЎРҚ-352-сонли Қонуни таҳририда — ЎР ҚХТ, 2013 й., 18-сон, 233-модда)

Қўлланиши ва реализация қилиниши юзасидан тегишли давлат органлари махсус рухсатнома бермай туриб косметика воситалари, маиший кимё, озиқ-овқат маҳсулотлари, витаминли ва биологик жиҳатдан таъсирчан озиқ-овқат қўшимчаларини реклама қилиш тақиқланади.

Ушбу модданинг қоидалари тиббий муассасалар ва тиббиёт ходимлари учун мўлжалланган рекламага татбиқ этилмайди. Тиббий муассасалар ва тиббиёт ходимлари учун мўлжалланган дори воситаларини реклама қилиш тартиби Ўзбекистон Республикаси Соғлиқни сақлаш вазирлиги томонидан белгиланади.

LexUZ шарҳи

Қўшимча маълумот учун Рекламани жойлаштириш тўғрисидаги Низомнинг (рўйхат рақами 1024, 06.04.2001 й.) 17-бандига қаранг.

Олдинги таҳрирга қаранг.

22¹-модда. Энергетик ичимликлар рекламаси

Энергетик ичимликлар рекламасида бундай ичимликларни ҳаддан зиёд истеъмол қилишнинг зарари тўғрисидаги огоҳлантириш, шунингдек бундай ичимликларни истеъмол қилиш тавсия этилмайдиган шахслар ҳақидаги ахборот мавжуд бўлиши керак.

Энергетик ичимликлар рекламаси ичимликларни истеъмол қилиш жараёнларини намойиш этмаслиги, ушбу жараёнлар истеъмолчиларнинг ижтимоий ва спортга оид муваффақиятга эришиши ёки жисмоний ҳамда руҳий ҳолати яхшиланиши учун муҳим аҳамиятга эга деган таассуротни юзага келтирмаслиги керак.

Қуйидагилар тақиқланади:

соат 7-00 дан соат 22-00 га қадар энергетик ичимликларни телевидение ва радио орқали реклама қилиш;

реклама қилиш мақсадида энергетик ичимликлар намуналарини ўн саккиз ёшга тўлмаган шахслар орасида текин тарқатиш;

асосан ўн саккиз ёшга тўлмаган шахслар учун мўлжалланган тadbирларга ҳомийлик қилиш, агар бунда энергетик ичимликларнинг номидан, товар белгисидан ёки тасвиридан фойдаланиладиган бўлса;

ўн саккиз ёшга тўлмаган шахслар орасида энергетик ичимликларнинг номи, товар белгиси ёки тасвири туширилган товарларни (футболкалар, бош кийимлар, ўйинларни ва шу кабиларни) тарқатиш, шу жумладан сотиш;

асосан болалар ва ўсмирлар учун мўлжалланган босма нашрларда, шунингдек тиббиёт, спорт ва таълим муассасаларида энергетик ичимликларни реклама қилиш.

(22¹-модда Ўзбекистон Республикасининг 2019 йил 9 январдаги ЎРҚ-514-сонли Қонунига асосан киритилган — Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 10.01.2019 й., 03/19/514/2450-сон — 2019 йил 11 апрелдан кучга киради)

Олдинги таҳрирге қаранг.

23-модда. Тамаки, тамаки маҳсулотлари ва алкогольли ичимликлар рекламаси

LexUZ шарҳи

Қаранг: суд амалиёти.

Олдинги таҳрирге қаранг.

Тамаки, тамаки маҳсулотлари ва ҳар қандай қувватдаги алкогольли ичимликлар рекламаси тақиқланади, шу жумладан:

тамаки, тамаки маҳсулотлари ва алкогольли ичимликлар намуналарини текин тарқатиш;

тамаки, тамаки маҳсулотлари ёки алкогольли ичимликларнинг номи, товар белгиси ёхуд тасвирдан фойдаланиладиган тадбирларга ҳомийлик қилиш;

тамаки, тамаки маҳсулотлари ва алкогольли ичимликларнинг номи, товар белгиси туширилган товарларни (футбол майкалари, бош кийимлар, ўйинлар ва бошқа шу кабиларни) тарқатиш, шу жумладан сотиш;

савдо объектларининг олд томонида, кириш (транспортда кириш) жойларида, витриналарида, ташқарига олиб чиқиладиган предметларида ҳамда бошқа жойларида тамаки, тамаки маҳсулотлари ва алкогольли ичимликларнинг тасвирлари, номларини ва улар ҳақидаги бошқа ахборотни ўрнатиш тақиқланади.

(23-модданинг матни Ўзбекистон Республикасининг 2010 йил 17 сентябрдаги ЎРҚ-259-сонли Қонуни таҳририда — ЎР ҚХТ, 2010 й., 37-сон, 317-модда)

24-модда. Қурол-яроғ рекламаси

Қурол-яроғни реклама қилиш фақат махсус нашрларда, шунингдек бевосита овчилик қуролларини реализация қилувчи савдо ташкилотларининг биноларида ёки тегишли кўرғазмаларда (тадбирларда) амалга оширилади.

25-модда. Қимматли қоғозлар ва аҳолининг маблағларини жалб этиш билан боғлиқ хизматлар рекламаси

Қимматли қоғозларни ва аҳолининг маблағларини (банклардаги маблағларини, суғурта маблағлари ва шу кабиларни) жалб этиш билан боғлиқ хизматларни ёки шундай хизмат кўрсатаётган шахсларни реклама қилишни бундай фаолият тури билан шуғулланиш ҳуқуқи борлигини тасдиқлайдиган тегишли лицензия бўлган тақдирдагина амалга ошириш мумкин. Бундай хизматлар ёки шундай хизмат кўрсатувчи шахслар рекламасида кутилаётган даромадлар миқдорини, шунингдек бўлажак фойда (даромад) тўғрисидаги бошқа ахборотни маълум қилиш тақиқланади, камида бир йиллик яқунларга кўра амалда тўланган фойда (даромад) бундан мустасно.

Қимматли қоғозлар ва аҳолининг маблағларини жалб этиш билан боғлиқ хизматлар рекламасига тааллуқли муносабатларни тартибга солиш қонун ҳужжатларида назарда тутилган тартибда амалга оширилади.

26-модда. Реклама материалларини сақлаш муддатлари

Реклама берувчи, реклама тайёрловчи ва тарқатувчи реклама материалларини охириги марта реклама эълон қилинган (кўрсатилган) кундан бошлаб бир йил давомида сақлаши шарт.

27-модда. Реклама ахборотига тааллуқли ҳужжатлар ва материаллар олиш

Олдинги таҳрирге қаранг.

Реклама берувчи, реклама тайёрловчи ва тарқатувчи ваколатли давлат органининг талабига кўра у белгилаган муддатда реклама ахборотига тааллуқли ҳужжатлар ва материалларни тақдим этиши шарт.

(27-модданинг биринчи қисми Ўзбекистон Республикасининг 2002 йил 30 августдаги 404-II-сон Қонуни таҳририда — Олий Мажлис Ахборотномаси, 2002 й., 9-сон, 164-модда)

Олдинги таҳрирга қаранг.

Реклама берувчилар, реклама тайёрловчилар ва тарқатувчиларнинг рекламага тааллуқли ҳужжатлари ва материалларини монеликсиз олиш ҳуқуқи ваколатли давлат органининг мансабдор шахсларига берилади.

(27-модданинг иккинчи қисми Ўзбекистон Республикасининг 2002 йил 30 августдаги 404-II-сон Қонуни таҳририда — Олий Мажлис Ахборотномаси, 2002 й., 9-сон, 164-модда)

Тижорат сири ҳисобланган ва ушбу модданинг **иккинчи қисмида** кўрсатилган мансабдор шахслар томонидан олинган маълумотлар ошкор қилинмаслиги лозим.

LexUZ шарҳи

Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодексининг 98-моддасига мувофиқ фуқаролик қонун ҳужжатлари тижорат сири бўлган ахборотни, башарти бу ахборот учинчи шахсларга номаълумлиги сабабли ҳақиқий ёки нисбий тижорат қимматига эга бўлган, қонун йўли билан ундан эркин баҳраманд бўлиш мумкин бўлмаган ҳамда ахборот эгаси унинг махфийлигини сақлашга доир чоралар кўрган ҳолларда ҳимоя этади.

Олдинги таҳрирга қаранг.

Ваколатли давлат органининг мансабдор шахслари тижорат сири ҳисобланган маълумотларни ошкор қилган тақдирда, реклама берувчига, реклама тайёрловчи ва тарқатувчига етказилган зарарнинг ўрни, шу жумладан маънавий зарар қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда қопланади.

LexUZ шарҳи

Батафсил маълумот учун Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодексининг 15, 990, 1021 ва 1022-моддаларига қаранг.

(27-модданинг тўртинчи қисми Ўзбекистон Республикасининг 2002 йил 30 августдаги 404-II-сон Қонуни таҳририда — Олий Мажлис Ахборотномаси, 2002 й., 9-сон, 164-модда)

28-модда. Аксилреклама

Ваколатли давлат органлари реклама тўғрисидаги қонун ҳужжатлари бузилганлигини аниқлаган тақдирда, қонунбузар мазкур органларнинг қарорига биноан ва улар кўрсатган муддатда аксилреклама бериши шарт. Аксилреклама бериш шунингдек, ихтиёрий равишда ёки суднинг қарорига биноан амалга оширилиши мумкин. Аксилреклама беришни амалга ошириш билан боғлиқ барча харажатлар қонунбузар томонидан қопланади.

Агар қонунбузар аксилрекламани реклама тўғрисидаги қонун ҳужжатларига риоя этилиши устидан назоратни амалга оширувчи орган белгилаган муддатда бермаса, мазкур орган қонунбузарнинг рекламасини у аксилрекламани бергунга қадар тўлиқ ёки қисман тўхтатиб қўйиш тўғрисида қарор қабул қилишга ҳамда реклама тўғрисидаги қонун ҳужжатларини бузган шахс билан шартнома тузган тарафларни бундан хабардор қилишга ҳақлидир.

Аксилреклама раддия берилаётган реклама эълон қилинган айти ўша оммавий ахборот воситаларида, айти ўша муддат, макон, жой ва тартибдан фойдаланган ҳолда берилади.

Аксилрекламанинг мазмуни қонунбузарлик ҳолатини аниқлаган ва уни тузатиш тўғрисида қарор қабул қилган тегишли давлат органи билан келишилади. Айрим ҳолларда бу органининг қарорига биноан аксилреклама бериладиган оммавий ахборот воситаси, муддати, жойи ва тартиби ўзгартирилишига йўл қўйилиши мумкин.

Олдинги таҳрирга қаранг.

29-модда. Реклама тўғрисидаги қонун ҳужжатларини бузганлик учун жавобгарлик

Олдинги таҳрирга қаранг.

Реклама тўғрисидаги қонун ҳужжатларини бузганликда айбдор шахслар белгиланган тартибда жавобгар бўлади.

Реклама берувчи реклама тўғрисидаги қонун ҳужжатларининг реклама тайёрлаш учун тақдим этиладиган ахборотнинг мазмунига доир қисми бузилганлиги учун, агар ушбу қонунбузарлик реклама тайёрловчининг ёки реклама тарқатувчининг айби билан юз берганлиги исботланмаса, жавобгар бўлади.

Реклама тайёрловчи реклама тўғрисидаги қонун ҳужжатларининг реклама тайёрлашга доир қисми бузилганлиги учун жавобгар бўлади.

Реклама тарқатувчи реклама тўғрисидаги қонун ҳужжатларининг рекламани тарқатиш вақти, жойи ва воситаларига тааллуқли қисми бузилганлиги учун жавобгар бўлади.

Реклама берувчи, реклама тайёрловчи ва тарқатувчи — юридик шахсларнинг мансабдор шахслари, реклама берувчи, реклама тайёрловчи ва тарқатувчи — жисмоний шахслар нотўғри реклама берганлик, аксилреклама беришдан бош тортганлик, реклама қилиниши қонун ҳужжатлари билан тақиқланган маҳсулотни реклама қилганлик, реклама тўғрисидаги қонун ҳужжатларининг бузилишини тугатиш ҳақидаги кўрсатмани ўз вақтида бажармаганлик, ташқи рекламани жойлаштириш тартибига риоя қилмаганлик, реклама ахборотига тааллуқли ҳужжатлар ва материалларни ваколатли давлат органига белгиланган муддатда тақдим этмаганлик ёки атайин нотўғри маълумотлар тақдим этганлик учун **маъмурий жавобгарликка** тортилади.

Маъмурий жазо чораси қўлланилганлиги реклама берувчилар, реклама тайёрловчилар ва тарқатувчиларни ваколатли давлат органининг қарорини ёки кўрсатмасини бажариш ёки реклама тўғрисидаги қонун ҳужжатларида назарда тутилган бошқа ҳаракатларни содир этиш мажбуриятидан озод қилмайди.

(29-модданинг матни Ўзбекистон Республикасининг 2013 йил 7 октябрдаги ЎРҚ-355-сонли Қонуни таҳририда — ЎР ҚХТ, 2013 й., 41-сон, 543-модда)

30-модда. Низоларни ҳал этиш

Реклама тайёрлаш ва тарқатиш жараёнида келиб чиқадиган низолар суд тартибида ҳал этилади.

Ўзбекистон Республикасининг Президенти И. КАРИМОВ

Тошкент ш.,
1998 йил 25 декабрь,
723-1-сон

Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг Ахборотномаси, 1999 й., 1-сон, 14-модда; 2002 й., 9-сон, 164-модда; 2003 й., 5-сон, 67-модда; Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2005 й., 51-сон, 374-модда; 2006 й., 14-сон, 110-модда; 41-сон, 405-модда; 2008 й., 14-15-сон, 93-модда; 2010 й., 37-сон, 317-модда, 40-41-сон, 343-модда; 2013 й., 18-сон, 233-модда, 41-сон, 543-модда; 2014 й., 4-сон, 45-модда; Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 05.01.2018 й., 03/18/456/0512-сон; 19.04.2018 й., 03/18/476/1087-сон; 10.01.2019 й., 03/19/514/2450-сон, 24.05.2019 й., 03/19/542/3177-сон)