



“15” июль 2021 й. № 02-06/3471

**Рекламадан фойдаланувчилар,  
ижтимоий тармоқ фаол  
фойдаланувчилари**

Ўзбекистон Республикаси Монополияга қарши курашиш қўмитаси ҳузуридаги Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш агентлиги ўз ваколатлари доирасида истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш ва реклама тўғрисидаги қонун ҳужжатларига риоя этилиши устидан давлат назоратини амалга оширади.

Охирги вақтда, аксарият реклама воситалари, жумладан интернет, ижтимоий тармоқлар, телеграмм каналларда кенг таъсир доирасига эга бўлган антибактериал воситалар рекламаси кескин фаоллашган бўлиб, уларда вирус ва замбуруғларга, шу жумладан коронавирусга қарши хусусиятлари мавжудлиги тўғрисида маълумотлар берилмоқда.

Шу ўринда, карантин даврида, албатта кўчадан қайтгач, овқат тайёрлаш пайтида ва ундан сўнг, овқатланишдан олдин, қўллар ифлосланганда, жисмларга қўл теккизилгандан сўнг қўлларни ювиш муҳимдир.

Хорижий дезинфекция илмий-тадқиқот институтлари тадқиқотларига кўра, “стандарт” антибактериал совун тушунчасининг мавжуд эмаслиги, бу каби совунлар таркибига одатда микробларга қарши кўшимчалар қўшилиши, аммо улар турлича ва ҳар хил миқдорда бўлиши мумкинлиги билдирилган.

Шунингдек, антибактериал совунларнинг самарадорлигини аниқлаш мезонларининг мавжуд эмаслиги (дезинфекция воситалари бундан мустасно) таъкидланган.

Бироқ, маркетинг ниқоби остида турли хийлалар билан антибактериал совун рекламасида бактерияга қарши белги билан бирга ёки таркиби микробларга қарши кўшимчаларсиз бўлган совунлар рекламаси кўплаб учрамоқда.

Мутахассислар фикрича, вирус, замбуруғли инфекциялар профилактикасининг самарали усулларида бири, бу қўлларни доим совунлаб ювиш ёки спирт тутувчи антисептик воситалар билан ишлов беришдир. Бунда, оддий совунлардан ҳам фойдаланиш яхши натижа беради.

Ўзбекистон Республикаси “Реклама тўғрисида”ги Қонунининг 6-моддасига мувофиқ, қонунийлик, аниқлик, ишончлилик, рекламадан фойдаланувчига зарар, шунингдек маънавий зарар етказмайдиган шакллар ва воситалардан фойдаланиш рекламага доир асосий талаблардир.

Шунингдек, ноаниқлиги, икки хил маънони англатиши, бўрттириб юбориши, яшириб кетиши оқибатида рекламадан фойдаланувчиларни чалғитувчи ёки чалғитиши мумкин бўлган реклама нотўғри (инсофсиз, билатуриб ёлғон) реклама ҳисобланиб, бундай реклама тақиқланади (*13-модда*).

Юқоридагиларга асосан Сиздан, рекламадан фойдаланганда унинг аниқлиги ва ишончлигига (жумладан, товарнинг ҳақиқий ҳолати унинг рекламасига мослигига) эътибор беришингиз, нотўғри ва ишончсиз рекламаларни тарқатиш ҳолатлари кузатилган тақдирда Агентликка ишонч рақами орқали (1159) мурожаат қилишингиз сўралади.

**Директор ўринбосари**



**А. Курбонов**