

ADVOKATLIK FAOLIYATIDA AXBOROT ERKINLIGI VA REKLAMA: MILLIY VA XORIJIY DAVLATLAR QONUNCHILIGINING SOLISHTIRMA TAHLILI

Axmadaliyev Abdurauf Abdurazzoq o'g'li,
Toshkent davlat yuridik universiteti,
Jinoiy odil sudlov fakulteti 4-bosqich talabasi
E-mail: Abduraufahmadaliyev7@gmail.com

Matmurotov Alibek Ravilovich,
Toshkent davlat yuridik universitetining
Sud, huquqni muhofaza qiluvchi organlar va advokatura
kafedrasi dotsent vazifasini bajaruvchisi, yuridik fanlar bo'yicha
falsafa doktori (PhD), ilmiy maslahatchisi
E-mail: alibekmatmurotov@gmail.com

ANNOTATSIYA

Taqdim etilayotgan mazkur maqolada advokatlik faoliyatida axborot erkinligi va reklama institutining huquqiy tartibga solinishi masalalari qiyosiy-huquqiy jihatdan tahlil etilgan. O'zbekiston Respublikasining qonunchiligida advokatlarning axborot berish va o'z xizmatlarini reklama qilishdagi huquq va majburiyatlari hamda bu borada dunyo miqyosida rivojlangan huquqiy tizimlarga ega davlatlarning tajribasi qiyosiy tahlil qilindi.

Axborot erkinligi prinsipi va uning advokatlik faoliyatiga ta'siri, advokatlik faoliyatida reklamaning huquqiy chegaralari, shuningdek reklama faoliyatini tartibga solishning samarali mexanizmlari o'rganilgan. Maqola yakunida ijobiy xorijiy tajriba asosida O'zbekiston Respublikasida advokatlik faoliyati doirasida axborot tarqatish va reklama yuritish amaliyotini takomillashtirish bo'yicha ilmiy asoslangan xulosalar va takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: advokatura, advokatlik faoliyati, axborot, axborot erkinligi, reklama, huquqiy tartibga solish, axborot tarqatish erkinligi, huquqiy cheklovlar.

FREEDOM OF INFORMATION AND ADVERTISING IN ADVOCACY: A COMPARATIVE ANALYSIS OF NATIONAL AND FOREIGN LEGISLATION

Akhmadaliyev Abdurauf Abdurazzoq ugli
4th-year student of the Faculty of Criminal Justice,
Tashkent State University of Law
E-mail: Abduraufahmadaliyev7@gmail.com

Matmurotov Alibek Ravilovich,
Acting Associate Professor, Doctor of Philosophy (PhD) in Law, Academic
Advisor at the Department of Court, Law Enforcement Agencies and Advocacy of
Tashkent State University of Law
E-mail: alibekmatmurotov@gmail.com

ABSTRACT

This article presents a comparative legal analysis of the regulation of freedom of information and the institution of advertising in the field of advocacy. The rights and obligations of lawyers in the Republic of Uzbekistan regarding the provision of information and advertising of their services are examined in comparison with the experiences of countries possessing well-developed legal systems in this area.

The principle of freedom of information and its impact on legal practice, the legal boundaries of advertising in the legal profession, as well as effective mechanisms for regulating advertising activities have been studied. Based on positive foreign experience, the article concludes with scientifically grounded recommendations and proposals for improving the practice of information dissemination and advertising within the framework of advocacy in the Republic of Uzbekistan.

Keywords: *advocacy, advocacy activity, information, freedom of information, advertising, legal regulation, freedom of information dissemination, legal restrictions.*

СВОБОДА ИНФОРМАЦИИ И РЕКЛАМА В АДВОКАТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НАЦИОНАЛЬНОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

Ахмадалиев Абдурауф Абдураззак ўғлы,

Студент 4 курса факультета уголовного правосудия Ташкентского
государственного юридического университета

E-mail: Abduraufahmadaliyev7@gmail.com

Матмуротов, Алибек Равилович,

Исполняющий обязанности доцента кафедры суда, правоохранительных
органов и адвокатуры Ташкентского государственного юридического
университета, доктор философии (PhD) по юридическим наукам,
научный руководитель

E-mail: alibekmatmurotov@gmail.com

АННОТАЦИЯ

В представленной статье проведён сравнительно-правовой анализ правового регулирования свободы информации и института рекламы в адвокатской деятельности. Рассмотрены права и обязанности адвокатов по предоставлению информации и рекламе своих услуг в законодательстве Республики Узбекистан, а также проведён сравнительный анализ опыта государств с развитыми правовыми системами в данной сфере.

Изучены принцип свободы информации и его влияние на адвокатскую деятельность, правовые рамки рекламы в адвокатуре, а также эффективные

механизмы регулирования рекламной деятельности. В заключение статьи на основе положительного зарубежного опыта разработаны научно обоснованные выводы и предложения по совершенствованию практики распространения информации и ведения рекламы в рамках адвокатской деятельности в Республике Узбекистан.

***Ключевые слова:** адвокатура, адвокатская деятельность, информация свобода информации, реклама, правовое регулирование, свобода распространения информации, правовые ограничения.*

KIRISH

Hozirgi globallashuv va axborot texnologiyalari judayam tez sur'atlar bilan rivojlanayotgan davrda yuridik sohalar, xususan, advokatlik faoliyatining oshkoraligi va jamiyat bilan aloqadorlik darajasi tobora dolzarb masalaga aylanib bormoqda. Shu jihatdan advokatlik faoliyatida axborot erkinligi va reklama institutining huquqiy jihatdan tartibga solinishi masalasi nafaqat milliy qonunchilik, balki xalqaro tajriba doirasida ham chuqur tahlil etilishini talab qilmoqda, nazarimizda.

Axborot erkinligi har bir demokratik huquqiy davlatning ajralmas tamoyillaridan biri bo'lib, bu prinsip fuqarolarga axborotni erkin olish huquqini, shuningdek, axborotni erkin tarqatish va undan foydalanish imkoniyatini kafolatlaydi. Advokatlik faoliyati esa, o'z navbatida, jamiyatda qonun ustuvorligini ta'minlash, fuqarolarning huquq va erkinliklarini himoya qilishda muhim o'rin tutadi. Shu boisdan, advokatlarning axborot berish erkinligi va o'z xizmatlarini ommaga tanishtirish huquqi ilmiy va amaliy masala sifatida dolzarb bo'lib bormoqda.

MUHOKAMA VA NATIJALAR

Mazkur maqolada advokatlik faoliyatida axborot erkinligi va reklama institutining huquqiy asoslari o'rganilib, O'zbekiston Respublikasi qonunchiligi doirasida advokaturaning axborot va reklama bilan bog'liq jihatlari tahlil qilinadi. Shuningdek, rivojlangan xorijiy davlatlar qonunchiligi bilan qiyosiy-huquqiy tahlili asosida o'rganilib, milliy qonunchilikni takomillashtirishga oid takliflar va mulohazalar ishlab chiqiladi.

Advokatlik faoliyati bu fuqarolarning, yuridik shaxslarning huquq va manfaatlarini himoya qilish, ularga yuridik yordam ko'rsatish bilan bog'liq professional faoliyat hisoblanadi. O'zbekiston Respublikasining 2002-yilning 12-dekabrida qabul qilingan **“Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to'g'risida”**gi Qonunida axborot tushunchasiga batafsil to'xtalib o'tilgan. Ushbu Qonunning 3-moddasiga ko'ra, manbalari va taqdim etilish shaklidan qat'i nazar shaxslar, predmetlar, faktlar, voqea-hodisalar va jarayonlar to'g'risidagi ma'lumotlar

axborot ekanligi sifatida belgilab qo'yilgan¹. Shu bilan birga, har bir fuqaroning bevosita axborot olish huquqi bosh qomusimiz bo'lgan Konstitutsiyamizning 33-moddasida ham keltirib o'tilgan. Ushbu modda mazmuniga ko'ra, har kim istalgan axborotni izlashi, olishi va tarqatishi mumkin. Axborotni izlash, olish va tarqatishga bo'lgan huquqni cheklashga faqat qonunga muvofiq hamda konstitutsiyaviy tuzumni, aholining sog'lig'ini, ijtimoiy axloqni, boshqa shaxslarning huquq va erkinliklarini himoya qilish, jamoat xavfsizligini hamda jamoat tartibini ta'minlash, shuningdek davlat sirlari yoki qonun bilan qo'riqlanadigan boshqa sir oshkor etilishining oldini olish maqsadida zarur bo'lgan doirada yo'l qo'yiladi². Axborot erkinligi zamonaviy huquqiy davlatlarning asosiy ustunlaridan biri bo'lib, u insonlarning o'z fikrini erkin ifoda etishi, axborotni olish va tarqatish huquqini kafolatlaydi. 2022-yilning 7-iyunida qabul qilingan O'zbekiston Respublikasining "Reklama to'g'risida"gi Qonuni 5-moddasiga ko'ra, har qanday reklama vositalaridan foydalangan holda tarqatiladigan, mazmuni O'zbekiston Respublikasi hududida bo'lgan reklamadan foydalanuvchilarga qaratilgan va reklama obyektiga e'tiborni jalb qilish, unga bo'lgan qiziqishni shakllantirish yoki qo'llab-quvvatlash, shuningdek uni bozorda bevosita yoki bilvosita foyda (daromad) olish maqsadida ilgari surish uchun mo'ljallangan maxsus axborot reklama ekanligi keltirib o'tilgan³.

O'rganishlar shuni ko'rsatmoqdaki, advokatlar uchun axborot erkinligi, bir tomondan, o'z kasbiy vazifalarini to'laqonli bajarishga yordam beradi, ikkinchi tomondan esa jamiyatni qonuniylik va adolatga oid huquqiy masalalarda xabardor bo'lish imkonini yaratadi. Advokatlar ishonch bildiruvchi shaxslarga o'z xizmatlari haqida axborot taqdim etish, jamiyatdagi huquqiy savodxonlikni oshirish va sud jarayonlarida adolatli himoyani ta'minlash maqsadida axborot tarqatish huquqiga ega bo'lishlari kerak deb hisoblaymiz. Shu bilan birga, axborot erkinligi advokatlik faoliyatida ehtiyotkorlik bilan amalga oshirilishi lozim, nazarimizda. Advokatlar axborot tarqatishda ishonch bildiruvchi shaxslarning shaxsiy daxlsizligini hurmat qilishi, professional kasbiy sirni oshkor qilmasligi va advokatning kasb etikasi qoidalariga rioya etishlari shart. Aks holda, axborot erkinligi advokatlik faoliyatining asosiy qadriyatlariga, ya'ni ishonchlilik va halollik prinsiplariga ziyon yetkazib qo'yishi mumkin.

Xorijiy tajribaga nazar soladigan bo'lsak, xalqaro me'yorlar, jumladan, BMTning "Fuqaroviy va siyosiy huquqlar to'g'risida"gi xalqaro pakti, "Inson huquqlari va asosiy erkinliklari to'g'risida"gi konvensiyasi va shunga o'xshash boshqa xalqaro hujjatlar advokatlik faoliyatida axborot erkinligi va reklamaga oid

¹ Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi, 19.04.2018-y., 03/18/476/1087-son.

² Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi, 01.05.2023-y., 03/23/837/0241-son.

³ Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi, 08.06.2022-y., 03/22/776/0498-son.

munosabatlarni o‘zaro bog‘liqligini va bir-birining o‘rnini to‘ldiruvchi asosiy tamoyillar sifatida belgilab bergan desak mubolag‘a bo‘lmaydi. Ushbu hujjatlar, bir vaqtning o‘zida, advokatlarning axborot tarqatishdagi roli va mas’uliyatini ham aniq belgilaydi. Bizning fikrimizcha, axborot erkinligi va advokatlik faoliyati o‘zaro bog‘liq va bir-birini o‘rnini to‘ldiruvchi asosiy institutlar sifatida qaralishi zarur.

E’tibor berishimiz kerak bo‘lgan masalalardan yana biri shuki, reklama erkinligi umumiy ma’noda tadbirkorlik faoliyatining ajralmas bir qismi hisoblanadi. Biroq advokatlik faoliyati tijorat maqsadlariga emas, balki qonuniylik va adolatni ta’minlashga qaratilgan huquqiy xizmat turi sifatida ko‘rilganligi uchun, bu sohada reklama erkinligi aniq va qat’iy chegaralangan bo‘lishi lozim. 1996-yil 27-dekabrda qabul qilingan O‘zbekiston Respublikasi “Advokatura to‘g‘risida”gi Qonunining 12¹-moddasiga ko‘ra, advokatlik faoliyati tadbirkorlik faoliyati emas va o‘z faoliyatini bevosita foyda olishga qaratmaydi. Ushbu faoliyat notijorat ekanligi belgilab qo‘yilgan⁴. Advokatlar o‘zlarining xizmatlari haqida axborot berish huquqiga ega bo‘lsalar-da, bu jarayonda qonuniylik, halollik, xolislik va professional kasb etika qoidalari buzilmasligi lozim.

Mazkur masala yuzasidan ko‘plab milliy va xorijiy olimlar tomonidan turlicha fikrlar bildirilgan. Masalan, huquqshunos M.Rustamboyevning “O‘zbekiston Respublikasida advokatlik faoliyati” nomli darsligida advokatlik faoliyatida axborot erkinligi va reklama munosabatlariga doir asosiy masalalar yoritilgan. Muallifning fikriga ko‘ra, advokatlar axborot erkinligi doirasida o‘z faoliyatlarini amalga oshirishlari kerak. Ular ishonch bildiruvchi shaxslar bilan samarali aloqa o‘rnatishlari, huquqiy maslahatlar berishlari va jamiyatda huquqiy madaniyatni oshirishlari uchun axborot erkinligi zarur hisoblanadi. Biroq, bu erkinlik qonun doirada amalga oshirilishi, ya’ni davlat sirlarini oshkor qilmaslik, shaxsiy hayot daxlsizligini buzmaslik va boshqa qonuniy cheklovlariga rioya qilinishi kerak, - deb ta’kidlagan. Shuningdek, reklama orqali ishonch bildiruvchi shaxslarni jalb qilishda axloqiy me’yorlarga rioya qilish, ya’ni mijozlarning ishonchini suiiste’mol qilmaslik muhimligini uqtiradi⁵. Yana bir huquqshunos olim **M.A.Komilov** o‘zining maqolasida reklama va axborot erkinligiga oid quyidagi fikrlarni bildiradi. Uning fikricha, axborot olish erkinligi fuqarolarning konstitutsiyaviy huquqlaridan biri bo‘lib, uni ta’minlash demokratik jamiyatning muhim belgilaridan biri hisoblanadi. Yangi Konstitutsiyada axborot olish huquqi va uni kafolatlashga oid normalarning mustahkamlanishi fuqarolarning huquqiy ongini oshirishga xizmat qiladi⁶.

⁴ Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi, 21.04.2021-y., 03/21/683/0375-son.

⁵ https://drive.google.com/file/d/1_HwkOjEP_Pah7-6CtJ_RgJH3c_FT1_8D/view

⁶ “Axborot olish tamoyillari, kafolati va erkinligini huquqiy asoslari” <https://web-journal.ru/ilmiy/article/view/2137>

Xorijiy davlat tadqiqotchilari ham ushbu masalaga alohida e'tibor qaratganlar. Xususan, AQShning taniqli huquqshunosi **Rodney A.Smolla** o'zining asarida advokatlik faoliyatida reklama munosabatlarining konstitutsiyaviy jihatlarini chuqur o'rgangan. Shuningdek, uning asarlari advokatlik faoliyatida so'z erkinligi va tijorat nutqining huquqiy asoslarini tahlil qiladi. Smollaning fikriga ko'ra, advokatlar reklama orqali mijozlarga o'zlarining xizmatlari haqida ma'lumot berishlari mumkin, bu esa birinchi navbatda, kafolatlangan axborot erkinligining bir qismi bo'lishi zarur. Biroq, bu erkinlik noto'g'ri yoki chalg'ituvchi ma'lumotlar tarqatishni o'z ichiga olmaydi. Smolla, shu bilan birga, advokatlik faoliyatida reklamaning jamiyatdagi huquqiy xizmatlarga kirishni osonlashtirishdagi rolini ta'kidlaydi va u reklama orqali huquqiy xizmatlar haqida ma'lumot berish jamiyatda huquqiy ongni oshirishga xizmat qiladi, – deb hisoblaydi⁷.

AQShning yetakchi huquqshunoslaridan biri bo'lgan **Monroe H.Freedman** o'zining maqolasida advokatlik faoliyatida advokatlarning kasb-etikasi, axborot erkinligi va reklama munosabatlariga oid sohalarida chuqur tadqiqotlar olib borgan. Uning ishlari advokaturada reklama munosabatlarining konstitutsiyaviy asoslarini aniqlash va huquqiy etikani qayta ko'rib chiqishda muhim ahamiyatga ega. Shuningdek, **Freedman** ushbu maqolasida advokatlikka oid reklamaga qo'yilgan cheklovlarni tanqid qiladi. Uning fikricha, bu cheklovlar raqobatni cheklab, huquqiy xizmatlardan foydalanishni murakkablashtiradi. Reklama orqali mijozlarga xizmatlar haqida ma'lumot berish, advokatlik kasbining obro'sini pasaytirish emas, balki huquqiy xizmatlardan erkin foydalanishni osonlashtirishga xizmat qiladi, – deb hisoblaydi⁸. Shunday qilib, advokatlik faoliyatida reklamaning huquqiy tartibga solinishi, bir tomondan, axborot erkinligi va xizmatlardan foydalanish imkoniyatini kengaytiradi, boshqa tomondan esa advokatlik kasbining obro'sini va odil sudlov prinsiplarini himoya qilish uchun zarur bo'lgan ehtiyotkorlik choralarini ta'minlaydi desak mubolag'a bo'lmaydi.

Hozirgi kunda O'zbekistonda advokatlik faoliyati sohasida axborot erkinligini kengaytirish va reklama imkoniyatlarini zamonaviylashtirish borasida islohotlar amalga oshirilmoqda. Jumladan, raqamli texnologiyalar va internet orqali advokatlarning xizmatlari haqida ochiq axborot taqdim etish imkoniyatlari kengaymoqda. Biroq bu jarayon axloqiy va huquqiy cheklovlarga qat'iy rioya qilish zaruratini yanada oshirmoqda. Advokatlik faoliyatida axborot erkinligi va reklama institutining tartibga solinishi ko'plab mamlakatlarda o'ziga xos tarzda rivojlangan. Har bir davlat o'zining huquqiy tizimi va kasbiy an'alariga asoslangan holda

⁷ Law of Lawyer Advertising (2006).

⁸ Advertising and Solicitation by Lawyers: A Proposed Redraft of Canon 2" (1976)

advokatlarning axborot berish va reklama yuritish imkoniyatlarini belgilaydi. Advokatlik faoliyatida axborot erkinligi va reklama institutining huquqiy tartibga solinishi masalasida O'zbekiston va qator xorijiy mamlakatlar tajribasi o'rtasida muhim o'xshashliklar va farqlar mavjud. Quyida rivojlangan davlatlar Finlandiya, Kanada, Shvetsiya va Janubiy Koreya tajribasiga nazar tashlaymiz.

Finlandiyada advokatlar o'z xizmatlarini reklama qilishda axloqiy va kasbiy me'yorlarga rioya qilishlari zarur. **Finnish Bar Association** (Suomen Asianajajaliitto) advokatlar faoliyatini tartibga solish bilan birga reklama qilishda kasbiy etika qoidalariga amal qilishni talab qiladi. Finlandiyada reklama qilish huquqi mavjud bo'lsa-da, reklama faqatgina haqqoniy va aniq ma'lumotlar asosida amalga oshirilishi kerak. Advokatlar o'z xizmatlarini reklama qilishda mijozlarni aldashdan va noto'g'ri ma'lumotlar berishdan saqlanishlari lozim. Reklama nafaqat huquqiy xizmatlarning taqdimoti, balki mijozlar bilan aloqalarni mustahkamlash uchun ham mo'ljallangan⁹.

Kanadada advokatlarning reklama qilish huquqi kengroq bo'lib, reklama faoliyati **Canadian Bar Association** (CBA) tomonidan boshqariladi. Advokatlar o'z xizmatlarini reklama qilishi mumkin, ammo bu reklama "halol, haqqoniy va mijozlarni chalg'itmaydigan" bo'lishi shart. Kanada Yuridik Jamiyatlari Federatsiyasi (FLSC) tomonidan ishlab chiqilgan standartlarda reklama qilinayotgan xizmatlar narxining aniq ko'rsatilishi, ba'zi bir da'volarni faqat rasmiy tasdiq bo'lsa aytilishi va reklamaning kasbiy nufuzga zarar yetkazmasligi zarurati belgilangan. Bu bilan, bir tomondan, fuqarolarning axborotga bo'lgan huquqlari ta'minlanadi, ikkinchi tomondan esa – adolat tizimi va advokatlik kasbining sha'niga putur yetkazilmaydi¹⁰.

Shvetsiya Respublikasida advokatlik faoliyati **Shvetsiya Advokatlar Assotsiatsiyasi** tomonidan tartibga solinadi. Advokatlar axborot berish va reklama faoliyatini amalga oshirishda "halollik, aniqlik va kasb sha'nini saqlash" kabi tamoyillarga amal qilishlari zarur. Yevropa Ittifoqi amalioyotida bu yondashuv umumiy axborot erkinligi prinsiplariga mos bo'lsa-da, advokatlar uchun reklama vositalarida tijorat yondashuvlarining keskin cheklanishi ko'zda tutiladi. Shvetsiya qonunchiligida reklama – xizmat haqida xolis ma'lumot taqdim etish vositasi sifatida baholanadi, lekin bu erkinlik kasb etikasi doirasidan chiqmasligi kerak.¹¹

Janubiy Koreyada advokatlik faoliyati "**Attorney-at-Law Act**" hamda **Koreya Advokatlar Assotsiatsiyasining normativ-huquqiy hujjatlari** asosida tartibga solinadi. Mamlakatning amaldagi qonunchiligiga muvofiq, advokatlarga o'z

⁹ CODE OF CONDUCT FOR ATTORNEYS-AT-LAW. <https://asianajajat.fi/wp-content/uploads/2025/05/B-01-Code-of-conduct-for-attorneys-at-law-2023.pdf>

¹⁰ The Ethics of Advertising: A Toolkit for Lawyers. https://www.cba.org/CBAMediaLibrary/cba_na/cba-org-images/Publications-ResourcesTools/The%20Ethics%20of%20Advertising/TheEthicsOfAdvertising-e.pdf

¹¹ Chambers and Partners – Advertising & Marketing 2023: Sweden

xizmatlarini ommaviy axborot vositalarida e'lon qilish huquqi berilgan, biroq bunday faoliyat yuridik jihatdan qattiq nazorat ostida amalga oshiriladi. Reklama faqat obyektiv, aniq va faktlarga asoslangan, tekshirish imkonini beruvchi ma'lumotlarni o'z ichiga olishi lozim. Asossiz ustunlik beruvchi da'volarni keltirib chiqaruvchi yoki boshqa advokatlarning xizmat obro'siga putur yetkazuvchi holatlarga yo'l qo'yilmaydi. Reklama mazmunining qonuniy talablarga muvofiqligini ta'minlash maqsadida maxsus baholash organlari – reklama mazmunini ko'rib chiqadigan qo'mitalar faoliyat yuritadi.¹²

Yuqoridagi davlatlarning qonunchiligini o'rganish natijasida shuni xulosa qilishimiz mumkinki, Finlandiya Respublikasining advokatura faoliyatida reklama masalasiga nisbatan ancha erkin yondashiladi. Kanada va Janubiy Koreya kabi davlatlarda reklama erkinligi cheklangan va ushbu holatga nisbatan xolis va ehtiyotkor bo'lishi shart. O'zbekistonda esa advokatura faoliyatida reklama imkoniyatlari hali to'liq erkinlashtirilmagan, shuningdek, amaldagi qonunchiligimizda bu borada maxsus, aniq va batafsil normalarning yo'qligi muammoli holatni yuzaga keltirmoqda, nazarimizda. Xorijiy davlatlarda advokatlar noto'g'ri reklama uchun intizomiy va hatto ma'muriy javobgarlikka tortilishi maxsus normalar asosida belgilab qo'yilgan. O'zbekiston amaliyotida esa bu jarayonga oid masalalar hali yetarli darajada samarali yo'lga qo'yilmagan. Advokatlik faoliyatida axborot tarqatish va reklama yuritish erkinligi muhim bo'lsa-da, bu erkinlik mutlaq erkin emas.

XULOSA

Advokatlik faoliyatida axborot erkinligi va reklama institutining huquqiy tartibga solinishi zamonaviy demokratik jamiyatda huquqiy davlat va fuqarolik jamiyatining shakllanishida muhim o'rin tutadi. Axborot erkinligi fuqarolarning advokatura faoliyati haqida to'liq va ishonchli ma'lumotga ega bo'lish huquqini kafolatlash bilan birga advokatlik faoliyatida ochiqlik va shaffoflikni ta'minlashga xizmat qiladi. Shu bilan birga, reklamaga oid huquqiy mexanizmlarning yo'qligi yoki bo'liqlarning mavjudligi sababli, advokatlik faoliyatida axborot tarqatish bilan bog'liq huquqiy noaniqliklarni yuzaga keltirmoqda.

O'zbekiston qonunchiligida "reklama" va "axborot erkinligi" tushunchalari mavjud bo'lsa-da, ular advokatlik faoliyati nuqtayi nazaridan yetarlicha aniq va amaliy mexanizmlarga ega emas. Shu boisdan, ushbu sohaga oid qonunchilikni xalqaro tajriba asosida takomillashtirish zarur deb hisoblaymiz. AQSh, Kanada, Shvetsiya va boshqa davlatlar tajribasi shuni ko'rsatdiki, axborot erkinligi va advokatlik faoliyatida reklamaning huquqiy chegaralari aniq belgilangan, nafaqat

¹² ATTORNEY-AT-LAW ACT. https://elaw.klri.re.kr/eng_service/lawView.do?hseq=766&lang=ENG

advokatlik faoliyatining kasbiy nufuzi, balki jamiyatda huquqiy ongning ham yuksalishini guvohi bo'lishimiz mumkin.

Yuqoridagi tahlil qilingan holatlarga asoslanib advokatura faoliyatida axborot tarqatish va reklamaga oid masalalarni ijobiy tomonga o'zgartirish uchun quyidagilarni taklif sifatida ilgasi surishimiz mumkin:

birinchidan, advokatura faoliyatida axborot tarqatish va reklama qilish masalalarini tartibga soluvchi alohida normativ-huquqiy hujjat qabul qilish zarur, nazarimizda. Ayni paytda O'zbekiston qonunchiligida advokatlik faoliyatiga oid reklama va axborot berish normalari tarqoq va umumiy tusda ifodalangan. AQSh va Kanada tajribasida bu faoliyat **“Advokatlarning etika qoidalarida”** va **“Reklama to'g'risida”gi qonun** bilan qat'iy tartibga solingan;

ikkinchidan, **“Axborot tarqatish”** va **“reklama”** tushunchalarini aniq ajratgan holda huquqiy ta'riflarni ishlab chiqish zarur. Amaldagi qonunchilikda bu tushunchalar o'rtasida noaniqliklar mavjud. Masalan, Shvetsiya qonunchiligida bu tushunchalar qat'iy ajratilgan va bu orqali advokatning axborot tarqatish huquqi hamda reklama chegaralari aniq belgilanadi;

uchinchidan, advokatlar va advokatlik tuzilmalari o'z xizmatlari haqida aniq va ishonchli ma'lumotlar berishi uchun yagona elektron axborot platformasini yaratish lozim. Fuqarolarning advokatlar haqida batafsil va ishonchli ma'lumotlarga ega bo'lish huquqini ta'minlash zarur. AQShda tajribasida bunday platformalar orqali fuqarolar advokatning tajribasi, litsenziyasi va mutaxassisligi haqida ochiq ma'lumot olishi mumkin;

to'rtinchidan, advokaturada reklama faoliyatini monitoring qilish, nazoratni amalga oshirish va tartibni buzgan advokatlarga nisbatan intizomiy choralarni belgilovchi mexanizm joriy etish kerak. Reklama qoidalarining mavjudligi bilan birga, ularning bajarilishini ta'minlaydigan mexanizm ham bo'lishi kerak. Bu tizim fuqarolarning huquqlarini himoya qilish, advokatlar o'rtasida sog'lom raqobatni shakllantirish va kasbiy intizomni mustahkamlashga xizmat qiladi. Kanada va Janubiy Koreya tajribasida advokatlik faoliyatida reklama va axborot tarqatishga oid tartib-qoidalar ustidan **Advokatlar palatasi** va **litsenziya beruvchi organ** tomonidan doimiy monitoring olib boriladi. Qoidabuzarlarga ogohlantirish, jarima, vaqtinchalik litsenziyaning to'xtatilishi kabi choralar qo'llaniladi.

REFERENCES

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi: - T.: O'zbekiston, 2023.

2. O‘zbekiston Respublikasining 1996-yil 27-dekabrdagi “Advokatura to‘g‘risida”gi O‘RQ-391-I-son Qonuni // Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi, 12.10.2018-y., 03/18/497/2044-son.
3. O‘zbekiston Respublikasining 2002-yil 12-dekabrdagi “Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to‘g‘risida”gi 439-II-son Qonuni // Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi, 21.04.2021-y., 03/21/683/0375-son)
4. O‘zbekiston Respublikasining 2022-yil 7-iyundagi “Reklama to‘g‘risida”gi O‘RQ-776-I-son Qonuni // Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi, 08.06.2022-y., 03/22/776/0498-son.
5. Rustamboyev M., Tuxtasheva U. O‘zbekiston Respublikasida advokatlik faoliyati. – Toshkent: Adolat, 2012. – 384 b.// drive.google.com/file/d/1_HwkOjEP_Pah7-6CtJ_RgJH3c_FT1_8D/view
6. Komilov M.A. Axborot olish tamoyillari, kafolati va erkinligini huquqiy asoslari // Huquqiy axborot. – 2020. – №4. – B. 45–52.
7. Smolla R.A. Law of Lawyer Advertising. – St. Paul, MN: Thomson West, 2006. – 1 vol. (loose-leaf, updated periodically)
8. Freedman M.H. Advertising and Solicitation by Lawyers: A Proposed Redraft of Canon 2 // The Georgetown Law Journal. – 1976. – Vol. 64, No. 6. – P. 55–72.
9. CODE OF CONDUCT FOR ATTORNEYS-AT-LAW. <https://asianajajat.fi/wp-content/uploads/2025/05/B-01-Code-of-conduct-for-attorneys-at-law-2023.pdf>
The Ethics of Advertising: A Toolkit for Lawyers. https://www.cba.org/CBAMediaLibrary/cba_na/cba-org-images/PublicationsResourcesTools/The%20Ethics%20of%20Advertising/TheEthicsOfAdvertising-e.pdf
10. Chambers and Partners. Advertising & Marketing 2023: Sweden // Chambers Global Practice Guides. – London: Chambers and Partners, 2023. – URL: <https://practiceguides.chambers.com/practice-guides/advertising-marketing-2023/sweden>
11. ATTORNEY-AT-LAW-ACT. https://elaw.klri.re.kr/eng_service/lawView.do?hseq=766&lang=ENG