

**ADVOKATURADA REKLAMA MUNOSABATLARINING
MUAMMOLI MASALALARI: MILLIY QONUNCHILIK VA XORIJIY
TAJRIBA**

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

Hozirgi zamonaviy dunyoda reklama va turli xil xizmatlarni ilgari surish masalalari barcha kasblar, jumladan, advokatlik uchun ham dolzarb bo`lib bormoqda. Shuningdek advokatlik faoliyatini reklama qilish zamonaviy huquqiy xizmatlar bozorida ham eng asosiy masalalardan biri hisblanadi. Ushbu maqolada advokatlik faoliyati to`g`risidagi ma`lumotlarni, advokatlik faoliyatida reklama munosabatlarinining o`ziga xos jihatlari hamda u bilan bog`liq muammoli vaziyatlarni hal qilish masalalari muhokama qilingan. Mazkur maqolada ushbu sohadagi muammolarni bartaraf etish uchun xalqaro tajriba va milliy qonunchiligimiz o`rganilib, reklama faoliyatini samarali va qonuniy tarzda amalga oshirish uchun taklif va tavsiyalar berilgan.

***Kalit so`zlar:** advokatura, advokat, advokatlik faoliyati, reklama, reklama obyekt, huquqiy xizmatlar, huquqiy madaniyat, axborot oshkoraligi.*

**PROBLEMATIC ISSUES OF ADVERTISING IN THE FIELD OF
ADVOCACY: NATIONAL LEGISLATION AND FOREIGN EXPERIENCE**

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

In today's modern world, issues related to advertising and the promotion of various services are becoming increasingly relevant for all professions, including advocacy. Advertising legal services is considered one of the key issues in the modern legal services market. This article discusses the dissemination of information about advocacy activities, the specific features of advertising relations in the field of advocacy, as well as the resolution of problematic situations associated with them. The article explores both international experience and national legislation to identify ways to address these challenges, and it provides recommendations and proposals for conducting advertising activities effectively and lawfully.

Keywords: *advocacy, advocate, advocacy activity, advertising, object of advertising, legal services, legal culture, information transparency.*

**ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ РЕКЛАМНЫХ ОТНОШЕНИЙ В
АДВОКАТУРЕ: НАЦИОНАЛЬНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО И
ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ**

Ахмадалиев Абдурауф Абдураззак ўгли,

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 современном мире вопросы рекламы и продвижения различных услуг становятся все более актуальными для всех профессий, включая адвокатуру. Реклама адвокатской деятельности также является одним из ключевых

вопросов на современном рынке юридических услуг. В данной статье рассматриваются вопросы распространения информации о деятельности адвокатуры, особенности рекламных отношений в адвокатской деятельности, а также решение проблемных ситуаций, связанных с ними. В статье исследуется международный опыт и национальное законодательство для решения этих проблем и даются рекомендации по эффективному и законному осуществлению рекламной деятельности.

***Ключевые слова:** адвокатура, адвокат, адвокатская деятельность, реклама, объект рекламы, юридические услуги, юридическая культура, прозрачность информации.*

KIRISH

Bugungi kunda yurtimizda advokatura institutini rivojlantirish uchun keng ko`lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. Advokatura jamiyatning huquqiy tizimida muhim o`rin tutuvchi institutlardan biri bo`lib, fuqarolarimizning huquq va erkinliklarini himoya qilish, korxonalar, muassasalar va tashkilotlarga yuridik yordam ko`rsatish, adolatni qaror toptirish, shuningdek qonun ustuvorligini ta`minlashda katta ahamiyat kasb etmoqda. Advokatlik faoliyati bilan shug`ullanuvchi shaxslar nafaqat yuridik xizmat ko`rsatish, balki davlatimiz va jamiyatimiz o`rtasida ko`prik vazifasini bajarish orqali huquqiy madaniyatni oshirishga xizmat qilib kelmoqda. Shu orqali advokatlik faoliyatini yanada samarali bo`lishini ta`minlash va huquqiy institut sifatidagi o`rnini mustahkamlash asosiy maqsad qilib belgilangan.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODLAR

Ushbu maqolada qiyosiy-huquqiy manbalarni tadqiq etish, milliy va xorijiy qonunchilikni tahlil qilish, qonun hujjatlarini sharhlash, qonunni qo`llash amaliyotini o`rganish kabi usullardan foydalanilgan. Shuningdek advokaturada reklama munosabatlariga oid Rossiya Federatsiyasi, Ukraina, Moldova, Singapur respublikalarining qonunchilik tajribalari o`rganib chiqilgan.

MUHOKAMA VA NATIJALAR

“Advokat” atamasi lotincha “advocare” - yordamga chaqirish so`zidan kelib chiqqan. Zamonaviy dunyoda odil sudlov sohasidagi ijtimoiy munosabatlar va boshqa munosabatlarni tartibga solish uchun jamiyatda aks ettirilgan axloqiy tamoyillarga asoslangan qarorlar, xulq-atvor qoidalari, me`yorlarning maxsus tizimi zarur. So`ngi yillardagi islohotlarga ko`ra, advokatura institutining maqomi konstitutsiya darajasida mustahkamlab qo`yildi. Xususan, **2023-yil 30-aprelda** qabul qilingan Konstitutsiyamizning yangi tahririda advokatura instituti konstitutsiyamizga

alohida XXIV bob sifatida kiritildi. Bu ham ushbu sohani yangi bosqichga chiqayotganligidan dalolat beradi.

Advokatura institutida advokatlarning kasbiy faoliyati nafaqat ishonch bildiruvchi (huquqiy yordam so`rab murojaat qilgan shaxs) shaxslarning huquq va manfaatlarini himoya qilish, balki ularning huquqiy ong va huquqiy madaniyatini rivojlantirishga ham xizmat qiladi. Shuning uchun ham advokatlik faoliyatida reklama munosabatlari dolzarb masala bo`lib qolmoqda. Yurtimizda advokatlar sonining tez o'sib borayotganligi tufayli ishonch bildiruvchi (huquqiy yordam so`rab murojaat qilgan shaxs) shaxslarni topish va bu boradagi reklama ma'lumotlarini joylashtirish masalasi ham paydo bo'lmoqda.

O`zbekiston Respublikasi **“Reklama to`g`risida”gi Qonunining 3-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 belgilab qo`yilgan[1].

Xorijiy tajribaga nazar soladigan bo`lsak, Ukraina davlatining “Reklama to`g`risida”gi Qonunining 1-moddasiga binoan, har qanday shaklda va har qanday tarzda tarqatiladigan shaxs yoki mahsulot haqidagi har qanday ma'lumot reklama hisoblanishi belgilab qo`yilgan. Reklama deb hisoblash uchun bunday ma'lumotlar reklama iste'molchilari va ularning shaxs yoki mahsulotga bo`lgan qiziqishi to`g`risida xabardorlikni yaratish yoki saqlash uchun mo`ljallangan bo`lishi kerak [2].

Ukrainalik advokat **A.Xrapenkoning** fikriga ko`ra, advokatlar televizion loyihalarda o`qitiladi. Advokatlar tushunishlari kerakki, oddiy fuqarolar ularga qarab, ularning ongida barchaning nomidan gapiradigan ma'lum bir “himoyachi obrazini” shakllantiradilar. Shuning uchun advokatlar axloqsiz va noprofessional xatti-harakatlardan qochish uchun o`zlarini qanday tutishlarini tanlashda juda ehtiyot bo`lishlari kerak – deb ta`kidlagan[3].

Reklama targ`ibotining axloqiy jihatlarini o`rgangan tadqiqotchilardan yana biri advokat va olim **M.Y.Barshchevskiyning** pozitsiyasini ajratib ko`rsatish mumkin. Unga ko`ra advokat uchun reklama taqiqlanmasligi kerak. Chunki uning faoliyati to`g`risidagi ma`lumotlarga ruxsat beriladi va oshkora bo`ladi, bundan tashqari zarur va foydali hisoblanadi[4]. Ushbu nuqtai nazarni **N.N.Bakayanova** ham qo`llab-quvvatlaydi, u advokatlikni reklama qilishni o`zini o`zi reklama qilish deb baholaydi va advokatlik faoliyati bilan shug`ullanuvchi shaxslar to`g`risidagi ma'lumotlardan fuqarolarni xabardor qilish, shuningdek bevosita yoki bilvosita foyda olishga

qaratilgan faoliyat deb hisoblaydi [5]. Yuqoridagi olimlar advokatlik faoliyatini reklama qilish tarafdori ekanligini ko`rishimiz mumkin. Ushbu holat haqida o`zinning fikrimni bildiradigan bo`lsam, advokatlik faoliyatini ommaviy ravishda reklama qilish qonunchiligimizning ayrim normalariga zid keladi. Chunki advokatlik faoliyati tijorat maqsadini va bevosita foyda olishni ko`zlamaydi. Aksincha “Advokatura to`g`risida”gi Qonunga ko`ra, u notijorat tashkilot ekanligi belgilab qo`yilgan.

Uzoq vaqtdan beri reklama targ`iboti muammosi muhokama mavzusi hisoblanadi. Olimlarning fikrlari ikkita asosiy pozitsiyaga bo`lingan:

1) advokatlik faoliyatida reklamani taqiqlash zarurati;

2) advokatlikni bozordagi boshqa xizmatlar bilan teng ravishda reklama ob`ekti sifatida tan olish.

Aslida, advokat uchun haqiqiy reklama – bu uning xizmatlaridan allaqachon foydalangan ishonch bildiruvchi shaxsning tavsiyasidir. Ya`ni ma`lum bir advokat ishining sifatiga allaqachon ishonch hosil qilgan va uni boshqa odamlarga tavsiya qilgan shaxsning tavsiyasi hisoblanadi.

Ukraina davlatining “Reklama to`g`risida” gi Qonunga ko`ra, himoyachilar uchun reklama faoliyatining ayrim shakllari va vositalari belgilab berilgan. Shuningdek ba`zi bir olimlar yuridik xizmatlarni reklamani joylashuvi va joylashish uslubiga qarab tashqi va ichki qismlarga bo`lishgan. Ularning fikriga ko`ra[6] tashqi reklama axborot xabarlarini va e`lon taxtalaridagi ma`lumotlarni o`z ichiga olishi mumkin. Odatda, advokatlar bunday reklamadan, agar ular o`z idoralariga ega bo`lsa va qishloq, aholi punktlari va shahar Kengashlarining ijro etuvchi organlari tomonidan berilgan ruxsat bilan va ushbu organlar tomonidan belgilangan tartibda Ukraina Vazirlar Mahkamasi tomonidan tasdiqlangan standart qoidalar asosida foydalanadilar. Bundan tashqari, uylar, ustunlar va boshqa inshootlarga ma`lumot stikerlari yoki varaqalarini joylashtirish mumkin, lekin faqat ushbu uylar egalari yoki vakolatli organlarning ruxsati bilan joylashtiriladi. Bundan tashqari, bu advokatning shaxsiy transporti yoki jamoat transporti bo`lishi mumkin. Advokatlar ko`pincha o`zlarining telefon raqamlarini va advokat belgisini transport vositalariga joylashtiradilar.

Ichki reklama ma`lum binolarda joylashtirilgan reklamani o`z ichiga oladi (belgilar, vizitkalar, plakatlar va boshqalar.). Shu bilan birga, bunday reklamadan foydalanishda malum cheklavlarni hisobga olish kerak. Shunday qilib, davlat hokimiyati organlari, mahalliy davlat hokimiyati organlari va ta`lim muassasalari binolarida ichki reklamadan foydalanish taqiqlanadi. Advokatlar, qoida tariqasida, fotosuratlar, telefon raqamlari va taqdim etilishi mumkin bo`lgan xizmatlar haqida

batafsil ma'lumotlardan foydalangan holda mashhur nashrlarda reklama qilishlari mumkin.

1996-yil 27-dekabrda qabul qilingan O'zbekiston Respublikasi "Advokatura to'g'risida"gi Qonunga ko'ra[7], advokatlik faoliyati tadbirkorlik faoliyati emas va o'z faoliyatini bevosita foyda olishga qaratmaydi. U nodavlat notijorat tashkilot hisoblanadi. **1999-yil 14-aprelda** qabul qilingan "Nodavlat notijorat tashkilotlari to'g'risida"gi Qonun[8]da nodavlat notijorat tashkilotlar atamasiga izoh berilgan. Unga ko'ra, nodavlat notijorat tashkiloti — jismoniy va (yoki) yuridik shaxslar tomonidan ixtiyoriylik asosida tashkil etilgan, **daromad (foйда) olishni o'z faoliyatining asosiy maqsadi qilib olmagan** hamda olingan daromadlarni (foydani) o'z qatnashchilari (a'zolari) o'rtasida taqsimlamaydigan o'zini o'zi boshqarish tashkilotidir. Shuningdek advokatlik faoliyati aniq maqsadga yo'naltirilgan. Ya'ni fuqarolar va tashkilotlarga huquqiy yordam ko'rsatish bilan shug'ullanadi. Shu bilan birga, advokatlik faoliyatidan olinadigan daromad advokatning shaxsiy daromadi hisoblanadi va u tadbirkorlik faoliyatidan olinadigan daromadlar sifatida soliq solish obyekti sifatida qaralmaydi. O'zbekiston Respublikasi "Reklama to'g'risida"gi qonunida ham advokatlik faoliyatini reklama qilishga doir cheklov belgilanmagan va hech qanday taqiq ham o'rnatilmagan. Boshqa qonun hujjatlarida ham advokatlik faoliyatini reklama qilishga to'g'ridan-to'g'ri taqiq belgilanmagan.

Rossiya Federatsiyasi Advokatning kasbiy etika kodeksining 17-moddasida advokatlar va advokatura tashkilotlari o'zlari to'g'risida ma'lumot berishga ruxsat berilganligi ko'rsatilgan[9]. Shu bilan birga ushbu turdagi ma'lumotlar uchun cheklovchi mezonlar mavjud: advokatning baholash xususiyatlaridan foydalanishga yo'l qo'yilmasligi; advokatning ishi to'g'risida boshqa shaxslarning sharhlari; boshqa advokatlar bilan taqqoslash mumkin emasligi va boshqa advokatlarning tanqidlar kabi cheklovlar mavjud.

2002-yil 19-iyul kuni qabul qilingan Moldova Respublikasining "Advokatura to'g'risida"gi Qonuni[10]ning 64-moddasiga ko'ra, advokatlik faoliyatida boshqa shaxs orqali mijozlarni jalb qilish uchun kasbning obro'siga mos kelmaydigan usullardan foydalanish taqiqlanganligi belgilangan. Shuningdek Moldovadagi advokatlar muvaffaqiyatli va g'olib bo'lgan holatlari to'g'risidagi ma'lumotni ommaviy ravishda tarqatishlari mumkin emas.

2012-yil 5-iyulda qabul qilingan Ukrainaning "**Advokatura va advokatlik faoliyati to'g'risida**"gi Qonuni[11] normalarini tahlil qilsak, amaldagi qonunda reklama targ'iboti amalga oshirish imkoniyatlari to'g'risidagi qoidalar mavjud emas degan xulosaga kelishimiz mumkin. Ammo bu bo'shliq "**Advokat etikasi qoidalari**"da ya'ni advokat amaldagi qonunchilik va ushbu qoidalarga muvofiq o'z

kasbiy faoliyatini reklama qilish huquqiga ega ekanligini nazarda tutuvchi **13-modda** bilan ko'rsatib qo'yilgan. Advokatlik faoliyati to'g'risidagi reklama materiallari ob'ektiv, ishonchli, aniq va tushunarli bo'lishi kerak va maslahatlar noaniq bo'lmasligi yoki potensial mijozlarni yo'ldan ozdirish uchun asos bo'lmasligi, shuningdek, oqilona estetik talablarga javob berishi kerak.

Singapur davlatida advokatlar uchun reklama munosabatlari 1998-yilda qabul qilingan **“Yuridik kasb to'g'risida”gi** Qonuni[12]da ko'rsatilgan qat'iy qoidalar bilan tartibga solinadi. Bu qoidalarga amal qilgan holda advokatlik faoliyatini reklama qilishga bevosita ruxsat etilgan. Ushbu qoidalar professionallikni saqlash, axloqiy me'yorlarni qo'llab-quvvatlash va mijozlar manfaatlarini himoya qilishga qaratilgan.

XULOSA

Yuqoridagi to'xtalib o'tgan milliy qonunchiligimiz va xorijiy tajribani tahlil qilgan holda quyidagilarni xulosa qilishimiz mumkin:

birinchidan, hozirgi kunda advokatlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi shaxslarga o'z xizmatlarini reklama qilish uchun hech qanday cheklov o'rnatilmagan bo'lsada, buni qonuniylashtirib bo'lmaydi. Chunki reklamaning asosiy maqsadi foyda olishga qaratilgandir. Yuqorida ta'kidlab o'tganimizdek, advokatlik foyda olishga qaratilmagan faoliyat hisoblanadi. Shundan kelib chiqib, O'zbekiston Respublikasi **“Advokatura to'g'risida”gi** Qonunida yoki O'zbekiston Respublikasi **“Reklama to'g'risida”gi** Qonunida advokatlar o'z xizmatlarini ommaviy axborot vositalari va ijtimoiy tarmoqlarda reklama sifatida taklif qilishlari mumkin emas degan modda bilan belgilab qo'yilishi zarur, nazarimizda.

ikkinchidan, reklama atamasi keng tushuncha bo'lganligi sababli, advokatlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi shaxslar o'z xizmatlarini taklif qilayotgan paytda **“reklama qilish”** so'zi o'rniga **“ma'lumot berish”** yoki **“axborot berish”** so'zidan foydalanish maqsadga muvofiq ekanligini taklif qilmoqchiman. Ushbu tajribani Ukraina davlati qonunchiligida ko'rishimiz mumkin.

uchinchidan, agar advokatlar o'z xizmatlarini axborot berish orqali taklif qilishda haqiqatga to'g'ri kelmaydigan yolg'on ma'lumotlar berish, o'ziga murojaat qilgan ishonch bildiruvchi shaxslarni aldash, o'z xizmatlarini boshqa advokat xizmatlaridan yaxshi ekanligini va advokatning kasb-etika qoidalaridagi boshqa holatlarni aytganligi uchun ularga nisbatan intizomiy javobgarlik belgilanishini taklif qilmoqchiman. Chunki hozirgi kunda qonunchiligimizda bu holat bo'yicha hech qanday javobgarlik belgilanmagan. Xorijiy tajribaga nazar soladigan bo'lsak, Singapur davlati qonunchiligida bu holat bo'yicha aniq javobgarlik belgilab qo'yilgan.

to`rtinchidan, advokatlar jinoiy, fuqarolik yoki iqtisodiy yo`nalish bo`yicha o`ziga murojaat qilgan ishonch bildiruvchi (huquqiy yordam so`rab murojaat qilgan shaxs) shaxslarning manfaatlarini himoya qilishda shu ish bo`yicha g`olib bo`lgan taqdirda, boshqa advokatlarining huquqlariga putur yetkazmagan holda ish holatlari bo`yicha ma`lumot berishlari mumkinligi haqida belgilab qo`yilishi lozim. Ushbu holat bo`yicha yana bir taklifimiz, advokatlar ishonch bildiruvchi (huquqiy yordam so`rab murojaat qilgan shaxs) shaxslarning roziligini ham olishlari zarur. Agar ishonch bildiruvchi shaxslar qarshilik bildirmagan taqdirda advokatlar tomonidan ma`lumot berishlari maqsadga muvofiq bo`ladi. Moldova Respublikasi qonunchiligida, himoyachilarga o`ziga murojaat qilgan ishonch bildiruvchi (huquqiy yordam so`rab murojaat qilgan shaxs) shaxslarning roziligini olgan bo`lsalar ham ish bo`yicha hech qanday ma`lumot berishga ruxsat etilmagan.

REFERENCES

1. <https://lex.uz/uz/docs/-6052631>
2. О рекламе: Закон Украины. Ведомости Верховной Рады Украины (ВВР), 1996, № 39, ст. 181. ред. 13.08.2020 г.
3. Карпенко А. А. соблюдение правил адвокатской этики на телевидении и в Интернете. Вестник Одесской адвокатуры: специальный выпуск "Адвокатская этика". 2019.
4. Барщевський М. Ю. Адвокатська етика. М.: Видавничий дім "ФЕДОРОВ", 1999.
5. Н.М. Бакаянова основы діяльності адвоката захисника: автореф. дис. ... канд. юрид. наука Одесса, 2003.
6. О рекламе: Закон Украины от 11 июля 2003 г. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page=1&nreg=1121-15>
7. <https://lex.uz/ru/docs/-54503>
8. Комиссии по этике и стандартам по вопросу применения пункта 1 статьи 17 Кодекса профессиональной этики адвоката (утв. решением Совета Федеральной палаты адвокатов от 17.04.2019, протокол № 7) // Вестник Федеральной палаты адвокатов РФ. – 2019.
9. <http://www.eurasian-advocacy.ru/respublika-moldova/613-zakon-respubliki-moldova-ob-advokature>
10. Про адвокатуру и адвокатскую деятельность: Закон Украины от 05.07.2012 № 5076-VI URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5076-17>
11. <https://sso.agc.gov.sg/SL-Supp/S533-1998/Published/20000131?DocDate=19981030>