



**THE LEGAL STATUS OF POSTS ON SOCIAL NETWORKS WITHIN
THE FRAMEWORK OF THE MEDIA. ON THE SCALE OF THE STATE
OF UZBEKISTAN AND FRANCE**

Teshayeva Gulira'no Asomiddin qizi

Tashkent State Law University

Faculty of graduate and correspondence education

Media law expert

**Ommaviy axborot vositalari doirasida ijtimoiy tarmoqlardagi postlarning
huquqiy maqomi. O'zbekiston va Fransiya davlati miqyosida**

Teshayeva Gulira`no Asomiddin qizi

Toshkent davlat yuridik universiteti

Magistratura va sirtqi ta'lim fakulteti

Ommaviy axborot vositalari huquqi mutaxassisiligi

Annotatsiya

Annotatsiya: Ommaviy axborot vositalari va nashriyotlar faoliyatini muvofiqlashtirish, joylarda faoliyat ko'rsatayotgan ommaviy axborot vositalarining moddiy-texnika bazasi va kadrlar salohiyatini mustahkamlash masalalari dolzarbligicha qolmoqda. Maqolada shu xususdagi qarashlar va tadqiqotlar natijalari muhokama qilinadi.

Kalit so'zlar: Axborot erkinligi, matbaachilik, tahririyat, qonun hujjatlari, MChJ, ustav fondi, noshirlik, mulkdorlik huquqi.

Аннотация: Вопросы координации работы СМИ и издательств, укрепления материально-технической базы и кадровых ресурсов местных





СМИ остаются актуальными. В статье обсуждаются взгляды и результаты исследований по этому поводу.

Ключевые слова: свобода информации, полиграфия, редакция, законодательство, ООО, уставный капитал, издательское дело, имущественные права.

Abstract: It is always important to coordinate the activities of the media and publishing houses, to strengthen the material and technical base, and human resources of local media. The article discusses the views and research findings in this regard.

Keywords: Freedom of information, printing, editorial, legislation, LLC, charter capital, publishing, property rights.

KIRISH

Bugungi kunda OAV jamiyat hayotida asosiy rolni o'ynamoqda. Shu jumladan, OAV ning O'zbekiston ijtimoiy-siyosiy hayotidagi o'rni ham tezlik bilan mustahkamlanib bormoqda. Ommaviy axborot vositalarining mamlakatimizdagi faoliyatining tarixiga nazar tashlaydigan bo'lsak, 1991-yili mamlakatimizda bor yo'gi 395 ta OAV faoliyat yuritgan. 2016- yilga kelib ularning soni 1437 taga yetgan bo'lsa, bugun ularning soni 2 mingga yaqinlashdi va ularning aksariyati xususiydir. O'zbekistondagi ommaviy axborot vositalari uchun zamonaviy mutaxassislarni tayyorlash tizimini takomillashtirish maqsadida Jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti tashkil etildi. O'zbekiston Jurnalistlari ijodiy uyushmasi, Milliy matbuot markazi, Elektron ommaviy axborot vositalari milliy assotsiatsiyasi, Mustaqil bosma ommaviy axborot vositalari va axborot agentliklarini qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish jamoat fondi va Xalqaro press klub kabi tashkilotlar muvaffaqiyatli faoliyat yuritmoqda. O'zbekistonda yetakchi xorijiy OAV vakillari, jumladan Reuters, France Press, BBC, The Economist, Xinhua, «Amerika Ovozi»,





«Fergana.Ru», Eurasianet muxbirlari erkin ishlamoqdalar. Ijtimoiy media qonuni maxfiylik, intellect mulk, tuhmat, kiberbullying va ijtimoiy mediadan foydalanish bilan bog'liq boshqa huquqiy muammolarni qamrab oladi. Ijtimoiy tarmoqlar hayotimizning ajralmas qismiga aylandi va uning jamiyatga ta'siri beqiyos. Biroq, ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish, xususan, ijtimoiy media qonunlari murakkab va tez rivojlanayotgan joylarda huquqiy muammolarga olib kelishi mumkin. Ijtimoiy media o'sishda davom etar ekan, ushbu platformalardan foydalanishning qonuniy oqibatlari haqida xabardor bo'lish juda muhimdir.

Ijtimoiy media qonunining asoslari

Ijtimoiy media qonunchiligi jismoniy shaxslar va korxonalar bilishi kerak bo'lgan turli huquqiy masalalarni o'z ichiga oladi. Ijtimoiy media qonunining asosiy elementlaridan ba'zilari quyidagilardan iborat:

- **Maxfiylik**

Fransiyadagi eng mustahkam maxfiylik qonunlariga ega. Faoliyat yurituvchi korxonalar shaxsiy ma'lumotlarni to'plash va ishlatishda Fransiya iste'molchilarining maxfiyligi to'g'risidagi qonun va Fransiya Onlayn Maxfiylikni himoya qilish qonuniga rioya qilishlari kerak.

- **Intellektual mulk**

Ijtimoiy media qonuni, shuningdek, intellektual mulk huquqlari, jumladan, mualliflik huquqi va savdo belgilarining buzilishi bilan bog'liq. Ijtimoiy media platformalarida tasvirlar va videolar kabi mualliflik huquqi bilan himoyalangan materiallardan foydalanish qoidalarini tushunish juda muhimdir.

- **Tuhmat**

Tuhmat kimningdir obro'siga putur etkazadigan yolg'on bayonot berganida sodir bo'ladi. Ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari ijtimoiy media





platformalarida tuhmat qiluvchi bayonotlarning mumkin bo'lgan huquqiy oqibatlaridan xabardor bo'lishlari kerak.

- **Kiberbulling**

Kiberbulling ijtimoiy media platformalaridan boshqalarni bezovta qilish yoki qo'rqitish uchun foydalanishni o'z ichiga oladi. Kaliforniyada kiberbullingga qarshi qat'iy qonunlar mavjud, jumladan, ta'qibchiga nisbatan cheklov choralarini qo'llash qobiliyati.

Mehnat to'g'risidagi qonun

Ijtimoiy media qonunchiligi ish beruvchilar va xodimlarga ham ta'sir qiladi. Ish beruvchilar o'z xodimlarining ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishini kuzatishda ehtiyot bo'lishlari kerak, xodimlar esa qasos olishdan qo'rqmasdan o'z fikrlarini onlayn bildirish huquqiga ega.

Umuman olganda, ijtimoiy media qonuni murakkab va doimo rivojlanib boradi. Mumkin bo'lgan huquqiy muammolarni oldini olish uchun ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish bilan bog'liq huquqiy muammolar haqida xabardor bo'lish juda muhimdir.

Ijtimoiy tarmoqlarda intellektual mulk huquqlarini himoya qilish

Ijtimoiy tarmoqlarda intellektual mulk (IP) huquqlarini himoya qilish sizning ijodingiz, brendingiz va biznes manfaatlaringizni himoya qiladi. Ijtimoiy tarmoqlarda intellektual mulk huquqlaringizni himoya qilishga yordam beradigan ba'zi maslahatlar:

- **Ishingizga mualliflik huquqi**

Asl asaringiz uchun mualliflik huquqini Mualliflik huquqi idorasida ro'yxatdan o'tkazing. Bu sizga ishingizdan foydalanishni nazorat qilish uchun qonuniy huquq beradi va har qanday huquqbuzarlik haqidagi da'volar uchun qonuniy asos yaratadi.

- **Kontentingizni kuzatib boring**





Ruxsatsiz foydalanish yoki huquqbuzarliklarni aniqlash uchun ijtimoiy media platformalarida kontentingizni muntazam ravishda kuzatib boring. Intellektual mulkingizdan ruxsatsiz foydalanishni aniqlashga yordam beradigan onlayn vositalardan foydalaning.

- **Kontentingizga moybo'yoqli belgi qo'ying**

Rasmlar, videolar va boshqa vizual kontentga ruxsatsiz foydalanishning oldini olish uchun moybo'yoqli qo'shing. Bu sizning kontentga egaligingizni aniqlashga yordam beradi va uni ruxsatingizsiz boshqalardan foydalanishdan saqlaydi.

- **Ulashishda ehtiyot bo'ling**

Kontentingizni ijtimoiy media platformalarida baham ko'rishda ehtiyot bo'ling. Kontentingizni faqat ishonchli manbalar bilan baham ko'ring va kontentingizni kim ko'rishi va kirishini cheklash uchun maxfiylik sozlamalaridan foydalaning.

- **Yuridik maslahat so'rang**

Agar kimdir ijtimoiy tarmoqlarda sizning intellektual mulk huquqlaringizni buzgan deb hisoblasangiz, intellektual mulk bo'yicha tajribali advokatdan yuridik maslahat so'rang. Ular sizning qonuniy huquqlaringizni va ularni amalga oshirish imkoniyatlarini tushunishingizga yordam beradi. Ushbu qadamlarni qo'llash orqali siz ijtimoiy tarmoqlardagi intellektual mulk huquqlaringizni himoya qilishingiz va ishingizdan ruxsatsiz foydalanish yoki buzilishining oldini olishingiz mumkin.

Shaxsiy ma'lumotlaringizni qanday saqlash kerak

Ijtimoiy media platformalari boshqalar bilan bog'lanish va ma'lumot almashishning ajoyib usulini taqdim etishi mumkin, ammo shaxsiy





ma'lumotlaringizni onlayn tarzda himoya qilish juda muhimdir. Ijtimoiy tarmoqlarda ma'lumotlaringizni qanday saqlash bo'yicha ba'zi maslahatlar:

- **Kuchli parollardan foydalaning**

Noyob va murakkab kuchli parollardan foydalaning. Bir nechta platformalarda bir xil paroldan foydalanishdan saqlaning va parollarni yaratish va saqlashga yordam berish uchun parol menejeridan foydalanishni o'ylab ko'ring.

- **Maxfiylik sozlamalarini tekshiring**

Ijtimoiy media platformalarida maxfiylik sozlamalaringizni ko'rib chiqing va boshqalar bilan baham ko'rilgan ma'lumotlardan mamnun ekanligingizga ishonch hosil qiling. Ommaga tarqatiladigan shaxsiy ma'lumotlar miqdorini cheklashni unutmang.

- **Do'stlar yoki obunachilarni qo'shishda ehtiyot bo'ling**

Ijtimoiy media platformalarida do'stlar yoki obunachilarni qo'shishda ehtiyot bo'ling. Faqat o'zingiz bilgan va ishonadigan odamlarning so'rovlarini qabul qiling va begonalar yoki shubhali akkauntlarning so'rovlaridan ehtiyot bo'ling.

- **Ulashgan narsangizga ehtiyot bo'ling**

Ijtimoiy media platformalarida baham ko'rgan ma'lumotlarga ehtiyot bo'ling. Manzilingiz, telefon raqamingiz yoki moliyaviy ma'lumotlaringiz kabi maxfiy ma'lumotlarni almashishdan saqlaning.

- **Ikki faktorli autentifikatsiyadan foydalaning**

Hisoblaringizga qo'shimcha xavfsizlik qatlamini qo'shish uchun ikki faktorli autentifikatsiyadan foydalanishni o'ylab ko'ring. Hisobingizga kirish uchun matnli xabar yoki elektron pochta kabi ikkinchi tasdiqlash bosqichini talab qiladi.

- **Yangilanib turing**





Ijtimoiy media platformalari uchun so‘nggi maxfiylik siyosati va ko‘rsatmalaridan xabardor bo‘ling . Har qanday o'zgarishlardan xabardor bo'lishingiz uchun ushbu platformalarning shartlarini muntazam ravishda ko'rib chiqing .

Ushbu qadamlarni bajarish orqali siz shaxsiy ma'lumotlaringizni ijtimoiy media platformalarida xavfsiz saqlashga yordam bera olasiz. Shuni yodda tutish kerakki, maxfiylik umumiy mas'uliyatdir va har kim o'z ma'lumotlarini himoya qilish va boshqalarning shaxsiy hayotini hurmat qilish uchun o'z hissasini qo'shishi kerak.

Asosiy shartlar

- **Tuhmat:** Shaxs yoki yuridik shaxs haqida ularning obro‘sigga putur yetkazuvchi yolg‘on bayonot. Ijtimoiy tarmoqlarda tuhmat qilish qonuniy oqibatlariga olib kelishi mumkin.
- **Intellectual mulk huquqlari:** patentlar, savdo belgilari va mualliflik huquqlari kabi aqlning asl ijodlarini himoya qiluvchi qonuniy huquqlar. Ijtimoiy tarmoqlar foydalanuvchilari ushbu huquqlarni buzmaslik uchun bilishlari kerak.
- **Maxfiylik:** shaxsning shaxsiy ma'lumotlari va ma'lumotlarini maxfiy saqlash huquqi. Ijtimoiy media platformalari katta miqdordagi shaxsiy ma'lumotlarni to'playdi va foydalanuvchilar o'zlarining shaxsiy huquqlarini va ularni qanday himoya qilishni tushunishlari kerak.
- **Xizmat ko'rsatish shartlari :** foydalanuvchilar platformadan foydalanishga rozi bo'lishi kerak bo'lgan ijtimoiy media platformalari tomonidan o'rnatilgan qoidalar va ko'rsatmalar. Foydalanuvchi sifatida qonuniy huquqlaringizni himoya qilish uchun xizmat shartlarini tushunish muhimdir.





- **Kiberbulling:** Boshqalarni bezovta qilish, tahdid qilish yoki qo'rqitish uchun texnologiyadan foydalanish. Ijtimoiy tarmoqlarda kiberbulling huquqiy oqibatlarga olib kelishi mumkin va foydalanuvchilar uning atrofidagi qonunlardan xabardor bo'lishlari kerak.
- **Digital Millennium Copyright Act (DMCA):** Mualliflik huquqi egalarini onlayn huquqbuzarliklardan himoya qiluvchi qonun. Ijtimoiy media foydalanuvchilari DMCA va uning ijtimoiy tarmoqlarda mualliflik huquqi bilan himoyalangan materiallardan foydalanishiga qanday ta'sir qilishini bilishlari kerak.
- **Onlayn ta'qib qilish:** Internetda, masalan, ijtimoiy media platformalarida sodir bo'ladigan ta'qibning har qanday shakli. Onlayn ta'qiblar huquqiy oqibatlarga olib kelishi mumkin va foydalanuvchilar uning atrofidagi qonunlardan xabardor bo'lishlari kerak.
- **So'z erkinligi:** tsenzura, cheklov yoki qasos olishdan qo'rqmasdan fikr va g'oyalarni ifoda etish huquqi. Ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari so'z erkinligiga bo'lgan huquqlari va bu huquqdan onlayn foydalanishning cheklovlari va oqibatlaridan xabardor bo'lishlari kerak.

Ijtimoiy tarmoqlarda ta'sir o'tkazuvchilar tomonidan firibgarlik va suiiste'mol amaliyotlarining oldini olish uchun yangi Fransiya qonuni

Ijtimoiy tarmoqlarda ta'sir o'tkazuvchilar tomonidan firibgarlik va suiiste'mol amaliyotlarning oldini olish bo'yicha yangi Frantsiya qonuni 2023 yil 9 iyunda kuchga kirdi.

Evropada birinchi marta ba'zi amaliyotlar taqiqlanadi yoki tartibga solinadi. Influencerning frantsuz jamoatchiligiga qaratilgan reklama aksiyalari ularning mazmuniga qarab (homiylilik, o'zgartirilgan, virtual) maxsus qoidalarni o'z ichiga olishi kerak.





Influencerlar endi “o‘z auditoriyasi o‘rtasidagi obro‘-e‘tibordan ma‘lumotlarni elektron vositalar orqali ommaga yetkazish, elektron vositalar orqali bevosita yoki bilvosita tovarlar, xizmatlar yoki biron-bir sababni iqtisodiy manfaat yoki har qanday maqsadda targ‘ib qilish uchun foydalanadigan jismoniy yoki yuridik shaxslar” deb ta‘riflanadi . afzallik.”

Ta'sir etuvchilarning agenti tushunchasi, shuningdek, " 1-moddada belgilangan faoliyatni amalga oshiruvchi jismoniy yoki yuridik shaxslarning [ta'sir etuvchilarning] xizmatlarini so'rab murojaat qilgan jismoniy yoki yuridik shaxslar bilan ko'rib chiqish uchun vakillik qilish yoki aloqaga kirishishdan iborat bo'lgan faoliyat sifatida amalga oshiriladi. tovarlarni, xizmatlarni, amaliyotlarni yoki biron-bir sababni targ'ib qilish ."

Shartnoma tuzish yoki ularning vakilligi bilan bog'liq qo'shimcha majburiyatlarga rioya qilish kerak, ular quyida keltirilgan.

Taqiqlangan amallar

Ta'sir qiluvchilar ba'zi tarmoqlar va mahsulotlarni targ'ib qilmasligi kerak:

- Moliyaviy mahsulotlar: Xavfli shartnomalar, raqamli aktivlar, raqamli tokenlarning ommaviy taklifi (agar Frantsiya AMF vizasi bo'lmasa)
- Salomatlik bilan bog'liq mahsulotlar yoki amaliyotlar: Terapevtik retsept; nikotin va tamaki o'z ichiga olgan mahsulotlar, vaping mahsulotlari; estetik va jarrohlik harakatlar, protseduralar, texnikalar, usullar yoki aralashuvlar
- Uy hayvonlari: reklama yoki aloqa, shu jumladan uy hayvonlari, maxsus ruxsatnomalar bundan mustasno
- Sport bilan bog'liq mahsulotlar: Sport maslahatiga obuna yoki pul tikish

Tartibga solinadigan amaliyotlar

Ta'sir qiluvchilar amaliyoti va muloqotining shaffofligini oshirish uchun qoidalar amalga oshiriladi:

- Ba'zi mahsulotlar uchun cheklangan aloqa





- Ba'zi sanab o'tilgan mahsulotlar yoki xizmatlar ta'sir qiluvchilar tomonidan targ'ib qilinishi uchun qo'shimcha talablarni talab qiladi (masalan, manfaatdor jamoatchilikni tekshirish, postdagi qo'shimcha tafsilotlar va h.k.).
- Cheklangan reklamali tarmoqlar: qimor o'yinlari, alkogolli ichimliklar, shakar, tuz yoki tatlandırıcılar qo'shilgan ichimliklar, dori-darmonlar va dorilar, tibbiy asboblar.
- Ko'pgina postlar uchun majburiy eslatmalar:
 - Quyidagilarni aniq ko'rsatishning umumiy majburiyati:
 - post homiylik qilinganda ("Publicité" yoki "Hamkorlik reklamasi")
 - rasm o'zgartirilganda ("Image retouchée")
 - post sun'iy intellekt tomonidan yaratilganda ("Image virtuelle")
 - yoki post omma uchun cheklangan bo'lsa
 - bunday eslatmalar aniq, aniq va o'qilishi mumkin bo'lishi kerak. Butun reklama davomida rasm, video yoki xabarga qo'yilishi kerak.

Ochish

- Ta'sir qiluvchilar iste'molchilarga sotilgan mahsulotlar uchun javobgardir, hatto etkazib beruvchi etkazib berish uchun javobgar bo'lsa ham.
- Buyurtma berishdan oldin ular yetkazib beruvchining identifikatori va majburiy ma'lumotlari kabi bir nechta ma'lumotlarni taqdim etishlari kerak (asosan iste'molchi kodeksining L221-5 ga qarang).





- Influencerlar mahsulotning mavjudligi va Yevropa Ittifoqi qoidalariga muvofiqligini tekshirishlari kerak (masalan, qalbaki bo'lmagan mahsulotlar).

Xulosa

Xulosa qilib aytganda, ijtimoiy media qonunchiligi murakkab va doimiy ravishda rivojlanib boradi va ijtimoiy media platformalaridan foydalanishning qonuniy oqibatlari haqida xabardor bo'lish juda muhimdir. Maxfiylikdan tortib intellektual mulkka, tuhmat, kiberbullying va boshqalarga qadar jismoniy shaxslar va korxonalar ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishda bilishlari kerak bo'lgan ko'plab huquqiy muammolar mavjud. Intellektual mulk huquqlaringiz va shaxsiy ma'lumotlaringizni himoya qilish orqali siz yuzaga kelishi mumkin bo'lgan huquqiy muammolardan qochishingiz va ijtimoiy tarmoqlardan xavfsiz va mas'uliyat bilan foydalanishingiz mumkin.

Fransiyaning tegishli qonun va qoidalariga rioya qilishingizni ta'minlash uchun eng so'nggi qonun va qoidalardan xabardor bo'lish va kerak bo'lganda yuridik maslahat so'rash muhimdir. To'g'ri tushunish va ehtiyot choralarini ko'rgan holda, ijtimoiy media boshqalar bilan bog'lanish va qonuniy huquqlaringiz va maxfiyligingizni himoya qilishda ma'lumot almashish uchun qimmatli vosita bo'lishi mumkin.

Foydalanilgan Adabiyotlar

1. <https://www.gaasly.com/blog/social-media-trends-france>
2. Mirziyoyev Sh.M. Matbuot va ommaviy axborot vositalari xodimlariga. www.uza.uz 2017 yil 27-iyun
3. "Tandiq bor, munosabat yo'q. Demak hammasi to'g'ri ekan-da?"- Abdulla Aripov selektorda tashkilotlar tanqidlarga sukut saqlashi haqida gapirdi. www.kun.uz 30.07.2019





4. O'zbekiston Respublikasining "Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to'g'risida"gi qonuni. /Axborot va axborotlashtirishga oid normativ-huquqiy hujjatlar to'plami. -T.: Adolat, 2008.
5. O'zbekiston Respublikasining "Ommaviy axborot vositalari to'g'risida"gi (yangi tahriri) qonuni. /Axborot va axborotlashtirishga oid normativ-huquqiy hujjatlar to'plami. -T.: Adolat, 2008.
6. To'lqin Eshbekov. Axborot xizmatlari. O'quv qo'llanma. Toshkent-2019.
7. <https://jsis.washington.edu/news/french-content-moderation-and-platform-liability-policies/>
8. <https://www.lexology.com/library/>
9. <https://cyberleninka.ru/article/n/ozbekiston-respublikasida>
10. <https://www.terabayt.uz/uz/post/eng-ommabop-iitimoiy-tarmoqlar-facebookni-taxtdan-agdarishdi>.
11. ! <https://www.terabayt.uz/uz/post/eng-ommabop-ijtimoiy-tarmoqlar-facebookni-taxtdan-agdarishdi>.
12. " <https://lex.uz/acts/-53543>
13. <http://surxonmuslim.uz/?p=4363>

