

YURIDIK FANLAR AXBOROTNOMASI

ВЕСТНИК ЮРИДИЧЕСКИХ НАУК

REVIEW OF LAW SCIENCES



huquqiy ilmiy-amaliy jurnal

правовой научно-практический журнал

legal scientific-practical journal

2026-yil 3-son

VOLUME 10 / ISSUE 3 / 2026

DOI: [HTTPS://DX.DOI.ORG/10.51788/TSUL.ROLS.103](https://dx.doi.org/10.51788/TSUL.ROLS.103)

ISSN 2181-919X

E-ISSN 2181-1148

DOI: [HTTPS://DX.DOI.ORG/10.51788/TSUL.ROLS](https://dx.doi.org/10.51788/TSUL.ROLS)



Crossref
Content
Registration

MUASSIS: TOSHKENT DAVLAT YURIDIK UNIVERSITETI

“Yuridik fanlar axborotnomasi – Вестник юридических наук – Review of law sciences” huquqiy ilmiy-amaliy jurnali O‘zbekiston matbuot va axborot agentligi tomonidan 2020-yil 22-dekabrda 0931-sonli guvohnoma bilan davlat ro‘yxatidan o‘tkazilgan.

Jurnal O‘zbekiston Respublikasi Fanlar akademiyasi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi jurnallari ro‘yxatiga kiritilgan.

Mualliflik huquqlari Toshkent davlat yuridik universitetiga tegishli. Barcha huquqlar himoyalangan. Jurnal materiallaridan foydalanish, tarqatish va ko‘paytirish muassis ruxsati bilan amalga oshiriladi.

Sotuvda kelishilgan narxda.

Nashr bo‘yicha mas‘ul:

O. Choriyev

Muharrirlar:

E. Mustafayev, Y. Yarmolik, M. Sharifova, Sh. Beknazarova, X. Yuldasheva, E. Sharipov, K. Abduvaliyeva, Y. Mahmudov, F. Usmonova

Musahhih:

M. Tursunov

Texnik muharrir:

U. Sapayev

Dizayner:

D. Rajapov

Tahririyat manzili:

100047. Toshkent shahar,
Sayilgoh ko‘chasi, 35.
Tel.: (0371) 233-66-36 (1169)

Veb-sayt: review.tsul.uz

E-mail: reviewjournal@tsul.uz

Obuna indeksi: 1385.

Nashriyot litsenziyasi

№ 174625, 29.11.2023-y.

Jurnal 2026-yil 21-sentabrda

bosmaxonaga topshirildi.

Qog‘oz bichimi: A4.

Shartli bosma tabog‘i: 26,2

Adadi: 100. Buyurtma: № 97.

Bosmaxona litsenziyasi

29.11.2023 № 174626

TDYU bosmaxonasida chop etildi.

Bosmaxona manzili:

100047. Toshkent shahri,

Sayilgoh ko‘chasi, 37.

© Toshkent davlat yuridik universiteti

TAHRIR HAY’ATI

BOSH MUHARRIR

B. Xodjayev – Toshkent davlat yuridik universiteti rektori, yuridik fanlar doktori, professor

BOSH MUHARRIR O‘RINBOSARI

Z. Esanova – Toshkent davlat yuridik universiteti Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo‘yicha prorektori, yuridik fanlar doktori, professor

MAS‘UL MUHARRIR

O. Choriyev – Toshkent davlat yuridik universiteti Tahririy-nashriyot markazi direktori

TAHRIR HAY’ATI A‘ZOLARI

Y. Kanyazov – O‘zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi huzuridagi Yuridik kadrlarni qayta tayyorlash va malakasini oshirish instituti direktori, yuridik fanlar nomzodi

J. Tashkulov – O‘zbekiston Respublikasi Fanlar akademiyasi Davlat va huquq instituti bo‘lim boshlig‘i, yuridik fanlar doktori, professor

U. To‘xtasheva – Korrupsiyaga qarshi kurashish agentligi direktori o‘rinbosari, yuridik fanlar doktori, professor

M. Yasan – Balikesir universiteti Huquq fakulteti professori (Turkiya)

S. Ma‘mun – Islam Negeri universiteti o‘qituvchisi (Indoneziya)

Sh. Asadov – O‘zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi Yuridik ta‘lim va sud-ekspertiza boshqarmasi boshlig‘i, yuridik fanlar doktori, professor

J. Nematov – Toshkent davlat yuridik universiteti Ma‘muriy va moliya huquqi sho‘basi professori, yuridik fanlar doktori

M. Aminjonova – O‘zbekiston Respublikasi Huquqni muhofaza qilish akademiyasi Qonunchilik ijrosi ustidan nazoratni tashkil etish kafedrasida dotsenti, yuridik fanlar doktori

M. Raximov – Toshkent davlat yuridik universiteti Tadqiqot markazi boshlig‘i, yuridik fanlar bo‘yicha falsafa doktori

I. Djurayev – Toshkent davlat yuridik universiteti Sud hokimiyati, advokatura va huquqni muhofaza qiluvchi organlar sho‘basi professori, yuridik fanlar doktori

O. Narzullayev – Toshkent davlat yuridik universiteti Ekologiya huquqi sho‘basi professori, yuridik fanlar doktori

F. Maxmudov – Adliya vazirligi huzuridagi Yuridik kadrlarni qayta tayyorlash va malakasini oshirish instituti direktori o‘rinbosari, yuridik fanlar doktori, dotsent

M. Kadirova – Toshkent davlat yuridik universiteti Jinoyat-protsessual huquqi sho‘basi professor v.b., yuridik fanlar doktori

I. Yakubova – Toshkent davlat yuridik universiteti Intellektual mulk huquqi sho‘basi professor v.b., yuridik fanlar doktori

A. Muxamedjanov – Toshkent davlat yuridik universiteti Xalqaro huquq va inson huquqlari sho‘basi professori, yuridik fanlar doktori

N. Niyazova – Toshkent davlat yuridik universiteti O‘zbek tili va adabiyoti sho‘basi professori, pedagogika fanlari nomzodi

**УЧРЕДИТЕЛЬ: ТАШКЕНТСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЮРИДИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

Правовой научно-практический журнал «Вестник юридических наук – Yuridik fanlar axborotnomasi – Review of Law Sciences» зарегистрирован Агентством печати и информации Узбекистана 22 декабря 2020 года с удостоверением № 0931.

Журнал включён в перечень журналов Высшей аттестационной комиссии при Академии наук Республики Узбекистан.

Авторские права принадлежат Ташкентскому государственному юридическому университету. Все права защищены. Использование, распространение и воспроизведение материалов журнала осуществляется с разрешения учредителя.

Реализуется по договорной цене.

Ответственный за выпуск:

О. Чориев

Редакторы:

Э. Мустафаев, Е. Ярмолик, М. Шарифова,
Ш. Бекназарова, Х. Юлдашева, Э. Шарилов,
К. Абдувалиева, Й. Махмудов, Ф. Усмонова

Корректор:

М. Турсунов

Технический редактор:

У. Сапаев

Дизайнер:

Д. Ражапов

Адрес редакции:

100047. Город Ташкент,
улица Сайилгох, 35.
Тел.: (0371) 233-66-36 (1169)

Веб-сайт: review.tsul.uz

E-mail: reviewjournal@tsul.uz

Подписной индекс: 1385.

Издательская лицензия

от 29.11.2023 № 174625.

Журнал передан в типографию
21.09.2026.

Формат бумаги: А4.

Усл. п. л. 26,2 Тираж: 100 экз.

Номер заказа: 97.

Лицензия типографии

от 29.11.2023 № 174626.

Отпечатано в типографии

Ташкентского государственного
юридического университета.

100047, г. Ташкент, ул. Сайилгох, 37.

© Ташкентский государственный
юридический университет

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

Б. Ходжаев – ректор Ташкентского государственного юридического университета, доктор юридических наук, профессор

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА

З. Эсанова – проректор по научной работе и инновациям Ташкентского государственного юридического университета, доктор юридических наук, профессор

ОТВЕТСТВЕННЫЙ РЕДАКТОР

О. Чориев – директор Редакционно-издательского центра Ташкентского государственного юридического университета

ЧЛЕНЫ РЕДАКЦИОННОЙ КОЛЛЕГИИ

Е. Канъязов – директор Института переподготовки и повышения квалификации юридических кадров при Министерстве юстиции Республики Узбекистан, кандидат юридических наук

Ж. Ташкулов – заведующий отделом Института государства и права Академии наук Республики Узбекистан, доктор юридических наук, профессор

У. Тухташева – заместитель директора Агентства по противодействию коррупции Республики Узбекистан, доктор юридических наук, профессор

М. Ясан – профессор юридического факультета Университета Балыкесир (Турция)

С. Маъмун – преподаватель Исламского государственного университета (Индонезия)

Ш. Асадов – начальник управления юридического образования и судебной экспертизы Министерства юстиции Республики Узбекистан, доктор юридических наук, профессор

Ж. Нематов – профессор сектора административного и финансового права Ташкентского государственного юридического университета, доктор юридических наук

М. Аминжонов – доцент кафедры организации контроля за исполнением законодательства Правоохранительной академии Республики Узбекистан, доктор юридических наук

М. Рахимов – начальник Исследовательского центра Ташкентского государственного юридического университета, доктор философии по юридическим наукам

И. Джураев – профессор сектора судебной власти, адвокатуры и правоохранительных органов Ташкентского государственного юридического университета, доктор юридических наук

О. Нарзуллаев – профессор сектора экологического права Ташкентского государственного юридического университета, доктор юридических наук

Ф. Махмудов – заместитель директора Института переподготовки и повышения квалификации юридических кадров при Министерстве юстиции, доктор юридических наук, доцент

М. Кадирова – и.о. профессора сектора уголовно-процессуального права Ташкентского государственного юридического университета, доктор юридических наук

И. Якубова – и.о. профессора сектора права интеллектуальной собственности Ташкентского государственного юридического университета, доктор юридических наук

А. Мухамеджанов – профессор сектора международного права и прав человека Ташкентского государственного юридического университета, доктор юридических наук

Н. Ниязова – профессор сектора узбекского языка и литературы Ташкентского государственного юридического университета, кандидат педагогических наук

**FOUNDER: TASHKENT STATE
UNIVERSITY OF LAW**

“Yuridik fanlar axborotnomasi – Вестник юридических наук – Review of law sciences” legal scientific-practical journal was registered by Press and Information Agency of Uzbekistan on December 22, 2020, with certificate number 0931.

The journal is included in the list of journals of the Supreme Attestation Commission under the Academy of Sciences of the Republic of Uzbekistan.

Copyright belongs to Tashkent State University of Law. All rights reserved. Use, distribution and reproduction of materials of the journal are carried out with the permission of the founder.

Agreed-upon price.

Publication Officer:

O. Choriev

Editors:

E. Mustafaev, E. Yarmolik, M. Sharifova, Sh. Beknazarova, Kh. Yuldasheva, E. Sharipov, K. Abduvalieva, Y. Makhmudov, F. Usmonova

Proofreader:

M. Tursunov

Technical editor:

U. Sapaev

Designer:

D. Rajapov

Publishing department address:

100047. Tashkent city,
Sayilgoh street, 35.
Phone: (0371) 233-66-36 (1169)

Website: review.tsul.uz

E-mail: reviewjournal@tsul.uz

Subscription index: 1385.

Publishing license

№ 174625, 29.11.2023.

The journal is submitted to the Printing house on 21.09.2026.

Paper size: A4.

Cond.p.f: 26,2.

Units: 100. Order: № 97.

Printing house license

№ 174626, 29.11.2023.

Published in the Printing house of
Tashkent State University of Law.
100047. Tashkent city, Sayilgoh street, 37.

© Tashkent State University of Law

EDITORIAL BOARD
EDITOR-IN-CHIEF

B. Khodjaev – Rector of Tashkent State University of Law, Doctor of Law, Professor

DEPUTY EDITOR

Z. Esanova – Deputy Rector for Scientific Affairs and Innovations of Tashkent State University of Law, Doctor of Law, Professor

EXECUTIVE EDITOR

O. Choriev – Director of the Publishing and Editorial Center of Tashkent State University of Law

MEMBERS OF EDITORIAL BOARD

Y. Kanyazov – Director of the Institute for Retraining and Advanced Training of Legal Personnel under the Ministry of Justice of the Republic of Uzbekistan, Candidate of Legal Sciences

J. Tashkulov – Head of the Department of the Institute of State and Law of the Academy of Sciences of the Republic of Uzbekistan, Doctor of Law, Professor

U. Tukhtasheva – Deputy Director of the Anti-Corruption Agency, Doctor of Law, Professor

M. Yasan – Professor of the Faculty of Law, Balikesir University (Turkey)

S. Ma'mun – Lecturer at Universitas Islam Negeri (Indonesia)

Sh. Asadov – Head of the Department of Legal Education and Forensic Examination of the Ministry of Justice of the Republic of Uzbekistan, Doctor of Law, Professor

J. Nematov – Professor of the Department of Administrative and Financial Law of Tashkent State University of Law, Doctor of Law

M. Aminjonova – Associate Professor of the Department of Organization of Control over the Execution of Legislation of the Law Enforcement Academy of the Republic of Uzbekistan, Doctor of Law

M. Rakhimov – Head of the Research Center of Tashkent State University of Law, Doctor of Philosophy (PhD) in Law

I. Djuraev – Professor of the Department of Judiciary, Advocacy and Law Enforcement Agencies of Tashkent State University of Law, Doctor of Law

O. Narzullaev – Professor of the Department of Environmental Law of Tashkent State University of Law, Doctor of Law

F. Makhmudov – Deputy Director of the Institute for Retraining and Advanced Training of Legal Personnel under the Ministry of Justice, Doctor of Law, Associate Professor

M. Kadirova – Acting Professor of the Department of Criminal Procedure Law of Tashkent State University of Law, Doctor of Law

I. Yakubova – Acting Professor of the Department of Intellectual Property Law of Tashkent State University of Law, Doctor of Law

A. Mukhamedjanov – Professor of the Department of International Law and Human Rights of Tashkent State University of Law, Doctor of Law

N. Niyazova – Professor of the Department of Uzbek Language and Literature of Tashkent State University of Law, Candidate of Pedagogical Sciences

MUNDARIJA

12.00.01 – DAVLAT VA HUQUQ NAZARIYASI VA TARIXI. HUQUQIY TA'LIMOTLAR TARIXI

11 **MUXIDDINOVA FIRYUZA ABDURASHIDOVNA**

Inson qadr-qimmati konsepsiyasining davlat va huquq to'g'risidagi ta'limotlardagi asosiy masalalari

22 **KURBANOV JAHONGIR ABDIMUTALLI O'G'LI**

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti hujjatlarining huquqiy tabiati: milliy qonunchilik va xorijiy davlatlar tajribasining qiyosiy-huquqiy tahlili

12.00.02 – KONSTITUTSIYAVIY HUQUQ. MA'MURIY HUQUQ. MOLIYA VA BOJXONA HUQUQI

36 **TULTEYEV ILYAS TAVASOVICH**

Konstitutsiyaning to'g'ridan to'g'ri amal qilishini ta'minlashning ayrim nazariy va amaliy jihatlari

50 **YULDOSHEV AZIZJON ERGASHEVICH**

O'zbekistonda mahalliy boshqaruv va o'zini o'zi boshqarish: qonunchilik modeli evolyutsiyasi va konseptual aniqlik muammosi

62 **ILXOMBEKOV JASURBEK ILXOMBEK O'G'LI**

Internetda so'z erkinligi: konstitutsiyaviy kafolatlar va uni amalga oshirishning huquqiy chegaralari

73 **JAHONOV SHOHROH SHUHRAT O'G'LI**

Raqamlashtirish sharoitida axborot xavfsizligining konstitutsiyaviy-huquqiy mohiyati

12.00.03 – FUQAROLIK HUQUQI. TADBIRKORLIK HUQUQI. OILA HUQUQI. XALQARO XUSUSIY HUQUQ

84 **OTAXONOV FOZILJON XAYDAROVICH**

Xalqaro tijorat arbitrajining raqamli transformatsiyasi: huquqiy asoslar, institutsional muammolar va rivojlanish istiqbollari

100 **SHARAXMETOVA UMIDA SHAAKBAROVNA**

Oilaviy-huquqiy javobgarlik asoslarini belgilash muammolari

115 **UMAROVA DURDONA XASAN QIZI, NARZIEV OTABEK SA'DIYEVICH**

Raqamli iqtisodiyot va kripto-investitsiyalar doirasida investitsiya arbitrajining kelajagi

125 **BAXROMOVA NILUFAR XOSHIMOVNA**

Raqamli marketingda iste'molchilar huquqlarini buzganlik uchun fuqarolik-huquqiy javobgarlikni takomillashtirish masalalari

137 **ERGASHEVA SHOHISTA O'KTAM QIZI**

"Lex digitalis" raqamli aktivlarni tartibga solishning kollizion tamoyili sifatida

152 **SAMANDAROVA FERUZA BAXROMJON QIZI**

Davlat xaridida shartnoma erkinligi prinsipi: mazmuni va cheklovleri

12.00.09 – JINOYAT PROTSESSI. KRIMINALISTIKA, TEZKOR-QIDIRUV HUQUQ VA
SUD EKSPERTIZASI

160 **XIKMATOV AZIZ BOBONAROVICH**

Jinoyat protsessida jismoniy nuqsonli shaxslarni so'roq qilish taktikasini takomillashtirish asoslari

12.00.10 – XALQARO HUQUQ

174 **CHARIYEV TO'YLI SAPARVELIYEVICH**

Turkmanistonning doimiy betaraflik maqomining keng miqyosda e'tirof etilishi va shakllanishining huquqiy asoslari

183 **JUMAQULOV XUSNIDDIN SHOKIR O'G'LI**

Xalqaro temiryo'l huquqining zamonaviy rivojlanish tendensiyalari: COTIF va SMGS tizimlarining qiyosiy-huquqiy tahlili

12.00.12 – KORRUPSIYA MUAMMOLARI

190 **XOMIDOV SHUXRAT GAFURJONOVICH**

BMT Korruptsiyaga qarshi konvensiyasining 14- va 52-moddalari: O'zbekiston uchun ustuvor yo'nalishlar

12.00.13 – INSON HUQUQLARI

208 **NOSIROVA MARJONA NEGMAT QIZI**

Inson huquqlarini himoya qiluvchi nodavlat notijorat tashkilotlarning maqsadi, vazifalari hamda faoliyat yo'nalishlari (tashkilotlar misolida)

12.00.18 – RAQAMLI HUQUQ

217 **YUNUSOVA MINOVVARXON SABIROVNA**

Zamonaviy davlat boshqaruvida yangi islohotlar va fuqarolar bilan raqamli muloqot modellari

СОДЕРЖАНИЕ

12.00.01 – ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ ГОСУДАРСТВА И ПРАВА. ИСТОРИЯ ПРАВОВЫХ УЧЕНИЙ

11 МУХИДДИНОВА ФИРЮЗА АБДУРАШИДОВНА

Основные вопросы концепции человеческого достоинства в учениях о государстве и праве

22 КУРБАНОВ ЖАХОНГИР АБДИМУТАЛЛИ УГЛИ

Правовая природа актов Президента Республики Узбекистан: сравнительно-правовой анализ национального законодательства и опыта зарубежных государств

12.00.02 – КОНСТИТУЦИОННОЕ ПРАВО. АДМИНИСТРАТИВНОЕ ПРАВО. ФИНАНСОВОЕ И ТАМОЖЕННОЕ ПРАВО

36 ТУЛЬТЕЕВ ИЛЬЯС ТАВАСОВИЧ

Некоторые теоретические и практические аспекты обеспечения прямого действия Конституции

50 ЮЛДОШЕВ АЗИЗЖОН ЭРГАШЕВИЧ

Местное управление и самоуправление в Узбекистане: эволюция законодательной модели и проблема понятийной определённости

62 ИЛХОМБЕКОВ ЖАСУРБЕК ИЛХОМБЕК УГЛИ

Свобода слова в Интернете: конституционные гарантии и правовые пределы её реализации

73 ЖАХОНОВ ШОХРУХ ШУХРАТ УГЛИ

Конституционно-правовая сущность информационной безопасности в условиях цифровизации

12.00.03 – ГРАЖДАНСКОЕ ПРАВО. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ ПРАВО. СЕМЕЙНОЕ ПРАВО. МЕЖДУНАРОДНОЕ ЧАСТНОЕ ПРАВО

84 ОТАХОНОВ ФОЗИЛЖОН ХАЙДАРОВИЧ

Цифровая трансформация международного коммерческого арбитража: правовые основы, институциональные проблемы и перспективы развития

100 ШАРАХМЕТОВА УМИДА ШААКБАРОВНА

Проблемы определения оснований ответственности членов семьи

115 УМАРОВА ДУРДОНА ХАСАН КИЗИ, НАРЗИЕВ ОТАБЕК САЪДИЕВИЧ

Будущее инвестиционного арбитража в условиях цифровой экономики и инвестиций в криптоактивы

125 БАХРОМОВА НИЛУФАР ХОШИМОВНА

Вопросы совершенствования гражданско-правовой ответственности за нарушение прав потребителей в цифровом маркетинге

137 ЭРГАШЕВА ШОХИСТА УКТАМ КИЗИ

Lex digitalis как коллизионный принцип регулирования цифровых активов

152 САМАНДАРОВА ФЕРУЗА БАХРОМЖОН КИЗИ

Принцип свободы договора в сфере государственных закупок: содержание и ограничения

12.00.09 – УГОЛОВНЫЙ ПРОЦЕСС. КРИМИНАЛИСТИКА,
ОПЕРАТИВНО-РОЗЫСКНОЕ ПРАВО И СУДЕБНАЯ ЭКСПЕРТИЗА

160 **ХИКМАТОВ АЗИЗ БОБОНАРОВИЧ**

Основы совершенствования тактики допроса лиц с физическими недостатками
в уголовном процессе

12.00.10 – МЕЖДУНАРОДНОЕ ПРАВО

174 **ЧАРЫЕВ ТОЙЛЫ САПАРВЕЛИЕВИЧ**

Масштабное признание статуса постоянного нейтралитета Туркменистана и правовые
основы его происхождения

183 **ЖУМАКУЛОВ ХУСНИДДИН ШОКИР УГЛИ**

Современные тенденции развития международного железнодорожного права:
сравнительно-правовой анализ систем COTIF и СМГС

12.00.12 – ПРОБЛЕМЫ КОРРУПЦИИ

190 **ХОМИДОВ ШУХРАТ ГАФУРЖОНОВИЧ**

Имплементация статей 14 и 52 Конвенции ООН: приоритеты для Узбекистана

12.00.13 – ПРАВА ЧЕЛОВЕКА

208 **НОСИРОВА МАРЖОНА НЕГМАТ КИЗИ**

Цели, задачи и направления деятельности негосударственных некоммерческих
организаций, защищающих права человека (на примере отдельных организаций)

12.00.18 – ЦИФРОВЫЕ ПРАВА

217 **ЮНУСОВА МИНОВВАРХОН САБИРОВНА**

Современные реформы государственного управления и модели цифрового
взаимодействия с гражданами

CONTENTS

12.00.01 – THEORY AND HISTORY OF STATE AND LAW. HISTORY OF LEGAL DOCTRINES

11 MUKHIDDINOVA FIRYUZA ABDURASHIDOVNA

Key issues of the concept of human dignity in the doctrines of state and law

22 KURBANOV JAHONGIR ABDIMUTALLI UGLI

The legal nature of acts of the President of the Republic of Uzbekistan: a comparative legal analysis of national legislation and foreign experience

12.00.02 – CONSTITUTIONAL LAW. ADMINISTRATIVE LAW. FINANCIAL AND CUSTOMS LAW

36 TULTEEV ILYAS TAVASOVICH

Some theoretical and practical aspects of ensuring the direct effect of the Constitution

50 YULDASHEV AZIZJON ERGASHEVICH

Local governance and self-government in Uzbekistan: evolution of the legislative model and the problem of conceptual certainty

62 ILKHOMBEKOV JASURBEK ILKHOMBEKOVICH

Freedom of expression on the internet: constitutional guarantees and legal limits for its implementation

73 JAHONOV SHOHRUH SHUHRAT UGLI

Constitutional and legal essence of information security in the context of digitalization

12.00.03 – CIVIL LAW. BUSINESS LAW. FAMILY LAW. INTERNATIONAL PRIVATE LAW

84 OTAKHONOV FOZILJON KHAYDAROVICH

Digital transformation of international commercial arbitration: legal framework, institutional challenges, and development prospects

100 SHARAKHMETOVA UMIDA SHAAKBAROVNA

Problems of determining the grounds of family legal liability

115 UMAROVA DURDONA KHASAN KIZI, NARZIEV OTABEK SADIEVICH

The future of investment arbitration in the digital economy and crypto-investments

125 BAKHROMOVA NILUFAR KHOSHIMOVNA

Issues of improving civil liability for violation of consumer rights in digital marketing

137 ERGASHEVA SHOKHISTA UKTAM KIZI

Lex digitalis as a collision principle for regulating digital assets

152 SAMANDAROVA FERUZA BAKHROMJON KIZI

The principle of freedom of contract in public procurement: content and limitations

12.00.09 – CRIMINAL PROCEEDINGS. FORENSICS, INVESTIGATIVE LAW AND FORENSIC EXPERTISE

160 KHIKMATOV AZIZ BOBONAROVICH

Fundamentals of improving the tactics of interviewing persons with physical disabilities in criminal proceedings

12.00.10 – INTERNATIONAL LAW

174 **CHARIEV TOYLI SAPARVELIEVICH**

Broad recognition of Turkmenistan's permanent neutrality status and the legal foundations of its establishment

183 **JUMAKULOV KHUSNIDDIN SHOKIR UGLI**

Modern development trends in international railway law: a comparative legal analysis of the COTIF and SMGS systems

12.00.12 – CORRUPTION PROBLEMS

190 **KHOMIDOV SHUKHRAT GAFURJONOVICH**

Implementation of articles 14 and 52 of the UN Convention: priorities for Uzbekistan

12.00.13 – HUMAN RIGHTS

208 **NOSIROVA MARJONA NEGMAT KIZI**

Goals, objectives, and areas of activity of non-governmental non-profit organizations in the protection of human rights (based on organizational examples)

12.00.18 – DIGITAL LAW

217 **YUNUSOVA MINOVVARKHON SABIROVNA**

New reforms in modern public administration and digital interaction models with citizens

Kelib tushgan / Получено / Received: 08.07.2026
Qabul qilingan / Принято / Accepted: 02.09.2026
Nashr etilgan / Опубликовано / Published: 21.09.2026

DOI: <https://dx.doi.org/10.51788/tsul.rols.103010>

UDC: 347.51:366.5:659.1(045)(575.1)

RAQAMLI MARKETINGDA ISTE'MOLCHILAR HUQUQLARINI BUZGANLIK UCHUN FUQAROLIK-HUQUQIY JAVOBGARLIKNI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI

Baxromova Nilufar Xoshimovna,
Toshkent davlat yuridik universiteti
Xalqaro va respublika miqyosidagi
tadbirlarni muvofiqlashtirish bo'limi xodimi,
mustaqil izlanuvchi
ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-4942-7923>
e-mail: nilufabakhromova@gmail.com

Annotatsiya. Mazkur maqolada raqamli marketing sohasida iste'molchilar huquqlarini buzganlik uchun fuqarolik-huquqiy javobgarlikni takomillashtirishning nazariy va amaliy jihatlari kompleks tahlil qilingan. Tadqiqotda raqamli marketing munosabatlarining o'ziga xos xususiyatlari, jumladan, sun'iy intellekt, algoritmik qaror qabul qilish tizimlari, "Big Data" texnologiyalari, avtomatlashtirilgan tavsiya tizimlari, shaxsiy ma'lumotlarga ishlov berish, raqamli platformalar, marketpleyslar hamda transchegaraviy raqamli xizmatlarning huquqiy tartibga solishga ta'siri yoritilgan. Tadqiqotning maqsadi raqamli marketing sohasida iste'molchilar huquqlarini buzganlik uchun fuqarolik-huquqiy javobgarlik institutining nazariy asoslarini tahlil qilish, amaldagi qonunchilik va ilmiy qarashlarni o'rganish hamda uni takomillashtirish yuzasidan ilmiy-amaliy takliflar ishlab chiqishdan iborat. Tadqiqot davomida qiyosiy-huquqiy, tizimli, mantiqiy, tahliliy va sivilistik tadqiqot metodlaridan foydalanildi. Fuqarolik-huquqiy javobgarlikning shartnomaviy va delikt shakllari, huquqbuzarlik tarkibining asosiy elementlari: g'ayriqonuniy xatti-harakat, zarar, sababiy bog'lanish va ayb kabilarda raqamli muhitning algoritmik hamda platforma xususiyatlari nuqtayi nazaridan baholandi. Chalg'ituvchi interfeyslar, yashirin reklama, soxta sharhlar, algoritmik manipulyatsiyalar, shaxsiy ma'lumotlardan noqonuniy foydalanish va boshqa raqamli marketing huquqbuzarliklarining fuqarolik-huquqiy oqibatlarini tahlil qilindi. Tadqiqot yakunida iste'molchilar huquqlarini samarali himoya qilish, raqamli bozorda halol raqobatni ta'minlash hamda O'zbekiston fuqarolik qonunchiligini xalqaro standartlar va raqamli iqtisodiyot talablariga mos ravishda takomillashtirishga qaratilgan ilmiy xulosalar hamda amaliy takliflar ishlab chiqildi.

Kalit so'zlar: raqamli marketing, iste'molchilar huquqlari, fuqarolik-huquqiy javobgarlik, shartnomaviy javobgarlik, delikt javobgarlik, raqamli platformalar, sun'iy intellekt, "Big Data", shaxsiy ma'lumotlarni himoya qilish, huquqiy tartibga solish

ВОПРОСЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА НАРУШЕНИЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ЦИФРОВОМ МАРКЕТИНГЕ

Бахромова Нилуфар Хошимовна,
самостоятельный соискатель,
сотрудник отдела координации мероприятий
международного и республиканского уровня
Ташкентского государственного юридического университета

Аннотация. В статье проведён комплексный анализ теоретических и практических аспектов совершенствования гражданско-правовой ответственности за нарушение прав потребителей в сфере цифрового маркетинга. Рассмотрены особенности отношений, возникающих в цифровом маркетинге, а также влияние на их правовое регулирование искусственного интеллекта, алгоритмических систем принятия решений, технологий больших данных (Big Data), автоматизированных рекомендательных систем, обработки персональных данных, цифровых платформ, маркетинговых и трансграничных цифровых услуг. Цель исследования заключается в анализе теоретических основ института гражданско-правовой ответственности за нарушение прав потребителей в сфере цифрового маркетинга, изучении действующего законодательства и научных подходов, а также разработке научно-практических предложений по его совершенствованию. В ходе исследования применялись сравнительно-правовой, системный, логический, аналитический и цивилистический методы. Договорная и деликтная формы гражданско-правовой ответственности, а также основные элементы состава правонарушения – противоправное поведение, вред, причинно-следственная связь и вина – оценены с учётом алгоритмических и платформенных особенностей цифровой среды. Проанализированы гражданско-правовые последствия использования вводящих в заблуждение интерфейсов, скрытой рекламы, поддельных отзывов, алгоритмических манипуляций, незаконного использования персональных данных и иных нарушений в сфере цифрового маркетинга. По результатам исследования сформулированы научные выводы и практические предложения, направленные на эффективную защиту прав потребителей, обеспечение добросовестной конкуренции на цифровом рынке и совершенствование гражданского законодательства Республики Узбекистан в соответствии с международными стандартами и требованиями цифровой экономики.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, права потребителей, гражданско-правовая ответственность, договорная ответственность, деликтная ответственность, цифровые платформы, искусственный интеллект, большие данные (Big Data), защита персональных данных, правовое регулирование

ISSUES OF IMPROVING CIVIL LIABILITY FOR VIOLATION OF CONSUMER RIGHTS IN DIGITAL MARKETING

Bakhromova Nilufar Khoshimovna,
Staff Member of the Department for Coordination
of International and National Events,
Independent Researcher,
Tashkent State University of Law

Abstract. This article provides a complex analysis of the theoretical and practical aspects of improving civil-law liability for violating consumer rights in digital marketing. The study highlights the specific features of digital marketing relations, including the impact of artificial intelligence, algorithmic decision-making systems, Big Data technologies, automated recommendation systems, personal data processing, digital platforms, marketplaces, and cross-border digital services on legal regulation. The objective of the research is to analyze the theoretical foundations of the institute of civil-law liability for consumer rights violations in digital marketing, examine current legislation and doctrinal views, and develop theoretical-practical proposals for its improvement. Utilizing comparative-legal, systemic, logical, analytical, and civilistic research methods, the study evaluates contractual and tort (delictual) forms of civil liability, along with core elements of the civil infraction corpus—unlawful act, damage, causal link, and fault—through the lens of algorithmic and platform characteristics of the digital environment. Civil-law consequences are analyzed for dark patterns (chalg'ituvchi interfeyslar), hidden advertising, fake reviews, algorithmic manipulations, unlawful personal data usage, and other

digital marketing infractions. Concluding the research, scientific conclusions and practical proposals are formulated to ensure effective consumer protection, fair competition in the digital market, and the alignment of Uzbekistan's civil legislation with international standards and digital economy requirements.

Keywords: *digital marketing, consumer rights, civil liability, contractual liability, tort liability, digital platforms, artificial intelligence, "Big Data", personal data protection, legal regulation*

Kirish

Raqamli marketing sohasida yuzaga keladigan munosabatlar ko'p qirrali xususiyatga ega bo'lib, ular iste'molchilar, tadbirkorlik subyektlari, raqamli platformalar, reklama tarqatuvchilar, ma'lumotlar operatorlari hamda davlat organlari kabi keng doiradagi subyektlarning huquq va qonuniy manfaatlariga daxl qiladi. Mazkur munosabatlarning algoritm, sun'iy intellekt, katta ma'lumotlar ("Big Data"), shaxsiy ma'lumotlarga ishlov berish va transchegaraviy raqamli xizmatlar bilan chambarchas bog'liqligi ularni huquqiy tartibga solishni ancha murakkablashtiradi. Shu bois raqamli marketing sohasidagi qonunchilik talablarini buzgan shaxslarga nisbatan davlat ta'sirining samarali huquqiy vositasi sifatida yuridik javobgarlik institutini takomillashtirish alohida ahamiyat kasb etadi.

Raqamli marketing munosabatlarida iste'molchilarning huquq va qonuniy manfaatlarini samarali muhofaza qilish, ikkinchi tomondan esa raqamli bozorda halol raqobat muhitini ta'minlash maqsadida raqamli marketing sohasidagi huquqbuzarliklar uchun zamonaviy raqamli iqtisodiyot talablariga mos keladigan yuridik javobgarlik mexanizmlarini shakllantirish zarur. Bunday mexanizmlar faqat an'anaviy reklama qoidalarini buzish holatlarini emas, balki raqamli platformalar va marketpleyslar faoliyati, algoritmik qarorlar, avtomatlashtirilgan tavsiya tizimlari, inflyuenser marketingi, shaxsiy ma'lumotlardan marketing maqsadlarida foydalanish, shuningdek, raqamli marketingda qo'llaniladigan boshqa huquqbuzarliklarni ham qamrab olishi lozim. Shu ma'noda, yuridik javobgarlik raqamli marketing munosabatlarini huquqiy tartibga solishning muhim va samarali fuqarolik-huquqiy vositalaridan biri sifatida xizmat qilishi zarur.

Tadqiqotning maqsadi raqamli marketing sohasida iste'molchilar huquqlarini buzganlik uchun fuqarolik-huquqiy javobgarlik institutining nazariy asoslarini aniqlashtirish, amaldagi fuqarolik qonunchiligining raqamli muhitdagi qo'llanish imkoniyatlarini baholash hamda platformalar, marketpleyslar va reklama subyektlari faoliyatidan kelib chiqadigan yangi xatarlarni hisobga olgan holda mazkur institutni takomillashtirishga qaratilgan normativ-huquqiy va amaliy takliflarni ishlab chiqishdan iborat. Mazkur maqsadga erishish uchun, birinchidan, fuqarolik-huquqiy javobgarlikning huquqqa xilof xulq-atvor, zarar, sababiy bog'lanish va ayb kabi elementlarining raqamli marketingdagi namoyon bo'lishi; ikkinchidan, chalg'ituvchi interfeyslar, yashirin reklama, soxta sharhlar, algoritmik manipulyatsiya va shaxsiy ma'lumotlardan marketing maqsadida foydalanish bilan bog'liq huquqiy muammolar; uchinchidan, iste'molchiga yetkazilgan zarar-ni isbotlash hamda raqamli vositachilar javobgarligining chegaralari tadqiq etildi.

Mavjud sivilistik adabiyotlarda fuqarolik-huquqiy javobgarlikning umumiy asoslari, shartnomaviy va delikt javobgarlik, neustoyka hamda zararni qoplash masalalari keng yoritilgan. Biroq ushbu nazariy yondashuvlar ko'pincha an'anaviy majburiyat munosabatlariga qaratilgan bo'lib, algoritmik tavsiyalar, raqamli platformalarning vositachilik roli, manipulyativ interfeyslar, sun'iy intellekt yordamida yaratiladigan soxta sharhlar va ma'lumotlarga asoslangan individual reklama kabi hodisalarning javobgarlik tarkibiga ta'siri kompleks tarzda ochib berilmagan.

Tadqiqot bo'shlig'i aynan klassik fuqarolik-huquqiy javobgarlik konstruksiyalarini raqamli marketingning texnologik xususiyatlari bilan uyg'unlashtirish, shu bilan birga, iste'molchi uchun axborot va dalillar asimmetriyasi sharoitida samarali himoya mexanizmlarini belgilash zaruratida namoyon bo'ladi.

Metodlar

Tadqiqotning obyekti raqamli marketing xizmatlari jarayonida iste'molchilar huquqlarining buzilishi natijasida yuzaga keladigan fuqarolik-huquqiy munosabatlar, predmeti esa ushbu munosabatlarda fuqarolik-huquqiy javobgarlikni belgilovchi huquq normalari, javobgarlik asoslari va shartlari, ularni qo'llash mexanizmlari hamda mazkur masala yuzasidan shakllangan ilmiy-huquqiy yondashuvlardan iborat. Tadqiqotning mazkur xususiyatidan kelib chiqib, qiyosiy-huquqiy, tizimli, mantiqiy, tahliliy va sivilistik tadqiqot metodlaridan kompleks ravishda foydalanilgan.

Qiyosiy-huquqiy metod raqamli marketingda iste'molchilar huquqlarini himoya qilish va javobgarlikni belgilashga doir O'zbekiston qonunchiligini xorijiy huquqiy yondashuvlar, xususan, Yevropa Ittifoqining raqamli xizmatlar va shaxsiy ma'lumotlarni himoya qilishga oid huquqiy mexanizmlari bilan qiyoslashda qo'llanildi. Bunda *Digital Services Act*ning raqamli platformalar majburiyatlari va manipulyativ interfeyslarga oid qoidalar hamda *General Data Protection Regulation*ning shaxsiy ma'lumotlarni qayta ishlash va avtomatlashtirilgan qarorlar bilan bog'liq normalari tahlil qilindi (European Parliament, & Council of the European Union, 2022). Tizimli metod orqali raqamli marketing sohasidagi fuqarolik-huquqiy javobgarlik iste'molchilar huquqlarini himoya qilish, reklama, shaxsiy ma'lumotlar va raqamli platformalarni tartibga soluvchi normalar bilan o'zaro bog'liq holda o'rganildi.

Sivilistik metod fuqarolik-huquqiy javobgarlikning shartnomaviy va delikt shakllari, huquqqa xilof xatti-harakat, zarar, sababiy

bog'lanish va ayb kabi javobgarlik shartlarini raqamli marketing munosabatlariga tatbiq etishda qo'llanildi. Tahliliy metod yordamida milliy va xorijiy normativ-huquqiy hujjatlar hamda fuqarolik-huquqiy javobgarlik va raqamli iste'molchilar huquqlariga oid ilmiy doktrinal qarashlar tahlil qilindi.

Mantiqiy metod esa o'rganilgan nazariy va normativ materiallarni umumlashtirish, ular o'rtasidagi huquqiy bog'liqliklarni aniqlash hamda fuqarolik-huquqiy javobgarlik mexanizmlarini takomillashtirishga doir xulosalar va takliflarni shakllantirishda qo'llanildi.

Mazkur metodologik yondashuvlar asosida, avvalo, raqamli marketing sohasidagi fuqarolik-huquqiy javobgarlikning huquqiy tabiati, shakllari va uni vujudga keltiruvchi asoslarni aniqlash maqsadga muvofiq.

Raqamli marketing (xizmatlar) sohasidagi fuqarolik-huquqiy javobgarlik fuqarolik-huquqiy javobgarlikning klassik nazariyasiga muvofiq shartnomaviy va shartnomadan tashqari (delikt) javobgarlikka bo'linadi.

Fuqarolik-huquqiy javobgarlik huquqbuzarlik kabi yuridik fakt mavjud bo'lgan taqdirda yuzaga keladi. Ko'pchilik hollarda huquqbuzarlik muayyan harakat natijasida sodir etiladi (masalan, zarar yetkazish). Ayrim hollarda esa huquqbuzarlik harakatsizlik (harakat qilmaslik) shaklida namoyon bo'ladi (masalan, xizmatni ko'rsatmaslik, ashyoni topshirish majburiyatini bajarmaslik va boshqalar (Okyulov et al., 2026).

Fuqarolik-huquqiy javobgarlik javobgarlikning preventiv (oldini olish, ogohlantirish) maqsadini ko'zlovchi boshqa turlaridan farqli o'laroq, ham oldini olish, ham zararni qoplash maqsadlarini nazarda tutadi (Odinaev, 2020).

N.F. Imomovning (2018) fikricha, fuqarolik huquqining funksiyasi nafaqat tartibga solish va muhofaza qilish, balki huquqiy holat va muayyan xulq-atvor qoidalarini hamda huquqiy tartibotni belgilashni ham qamrab oladi.

D.A. Lipinskiyning (2013) ta'kidlashicha, yuridik javobgarlik belgilanmas ekan, uni

amalg oshirish holati ham yuzaga kelmaydi. Javobgarlikning manbayi ijtimoiy munosabatlarning davlat-huquqiy tartibga solinishida mujassam bo'lib, aynan shu tartibga solish uni belgilashning bevosita huquqiy asosini tashkil etadi. Bunday javobgarlik huquq normalariga asoslanadi, huquqiy jihatdan rasmiylashtiriladi hamda normativ-huquqiy xususiyat kasb etadi.

Fuqarolik-huquqiy javobgarlik faqat qonunda ko'rsatilgan shart-sharoitlar vujudga kelgandagina kelib chiqadi. Bu shart-sharoitlar fuqarolik huquqbuzarligining tarkibini tashkil qilib, shu xildagi huquqiy javobgarlikka tortish uchun asos bo'lib xizmat qiladi (Odinaev, 2020).

A.P. Sergeyeva fuqarolik-huquqiy javobgarlikni "huquqbuzarga nisbatan shunday huquqiy ta'sir choralari qo'llashki, ular natijasida huquqbuzar huquqbuzarlikni sodir etmaganida o'z tasarrufida qoladigan mol-mulkdan mahrum qilinib, ushbu mol-mulk jabrlanuvchiga o'tkaziladi", deb ta'riflaydi (Sergeeva & Tolstoy, 2002).

V.I. Sinayskiy (2002) esa fuqarolik-huquqiy javobgarlikni yetkazilgan mulkiy zarar uchun tovon to'lash shakli sifatida baholaydi.

Mazkur ilmiy qarashlar tahlili shuni ko'rsatadiki, fuqarolik-huquqiy javobgarlikning huquqiy tabiati yuzasidan sivilistikada yagona yondashuv mavjud emas degan xulosaga kelish mumkin. Nazarimizda, mazkur ilmiy qarashlar bir-biriga zid emas, balki fuqarolik-huquqiy javobgarlikning turli qirralarini ochib beradi.

Mualliflarning ilmiy pozitsiyalarini umumlashtirgan holda aytish mumkinki, fuqarolik-huquqiy javobgarlikni qonun yoki shartnomadan kelib chiqadigan majburiyatni bajarmaslik yoki lozim darajada bajarmaslik natijasida huquqbuzarga nisbatan qo'llaniladigan, birinchi navbatda, jabrlanuvchining buzilgan mulkiy va shaxsiy nomulkiy huquqlarini tiklash hamda yetkazilgan zararni to'liq qoplashga, shu bilan birga, fuqarolik muomalasining barqarorligini ta'minlash va kelgusida huquqbu-

zarliklarning oldini olishga qaratilgan davlat majburlov choralari tizimi sifatida ta'riflash maqsadga muvofiq.

Javobgarlik asoslari tarkibi quyidagi obyektiv omillar: g'ayriqonuniy harakat, yetkazilgan zarar, ular o'rtasida sababiy bog'lanish va subyektiv omil – aybdan iborat (Shodmanov, 2002). Nazarimizda, raqamli marketing munosabatlarining algoritmik, avtomatlashtirilgan va platforma xususiyati mazkur elementlarni, ayniqsa, g'ayriqonuniy harakat, sababiy bog'lanish va aybni aniqlashda an'anaviy fuqarolik-huquqiy yondashuvlarni zamonaviy raqamli texnologiyalar xususiyatlarini hisobga olgan holda qo'llashni talab qiladi. Shu nuqtayi nazardan, mazkur to'rt elementni tahlil etamiz.

Natijalar

Fuqarolik-huquqiy huquqbuzarlik tarkibini hosil qiluvchi birinchi element huquqqa xilof harakat va huquqqa xilof harakatsizlik bo'lib, bu delikt majburiyatlarida g'ayriqonuniy harakat (harakatsizlik) sifatida (FKning 985-moddasi), shartnomaviy majburiyatlarda esa majburiyatni bajarmaslik yoki lozim darajada bajarmaslik shaklida (FKning 333-moddasi) namoyon bo'ladi. Fuqarolik huquqiy javobgarlikning birinchi elementi borasida milliy sivilistlarning ilmiy pozitsiyalarini o'xshash ekanligini kuzatish mumkin. Jumladan, N.X. Egamberdiyevaning (2007) fikriga ko'ra, huquqqa xilof harakatsizlik bu subyektning oddiy passivlik holati emas, aksincha uning huquqiy munosabatdagi yuklatilgan va amalga oshirmaslik muayyan huquqiy oqibatni vujudga keltiradigan harakatni bajarmaslik sifatida ko'riladi. V.M. Usmonovning (2020) fikricha esa taraflarning o'z majburiyatlarini shartnoma shartlari va qonun hujjatlari talablariga uyg'un bo'lmagan ravishda bajarishlarida namoyon bo'ladi. Bu esa, o'z navbatida, huquqqa xilof xulq-atvorning huquqqa xilof harakat va huquqqa xilof harakatsizlik shakllarini ko'rsatib beradi.

Demak, yuqoridagi huquqiy va nazariy tahlildan kelib chiqib, raqamli marketing so-

hasida quyidagi harakatlarni iste'molchining huquqlarini buzuvchi g'ayriqonuniy harakatlardan deb e'tirof etish mumkin:

iste'molchini erkin va ongli tanlov qilish imkoniyatidan mahrum etuvchi chalg'ituvchi interfeyslardan foydalanish;

algoritmalar yoki avtomatlashtirilgan qaror qabul qilish tizimlari orqali iste'molchini chalg'itishga yoki uning iqtisodiy qarorlariga g'ayriqonuniy ta'sir ko'rsatish;

tovar (ish, xizmat) haqida soxta sharhlar, soxta reytinglar yoki haqiqatga mos kelmaydigan tavsiyalarni shakllantirish yoki tarqatish;

reklama ekanligi haqida axborot bermasdan reklama materiallarini tarqatish;

iste'molchining shaxsiy ma'lumotlaridan qonunchilik talablarini buzgan holda reklama yoki marketing maqsadida foydalanish;

raqamli texnologiyalardan foydalangan holda iste'molchini chalg'itishga qaratilgan boshqa harakatlar.

Shu nuqtayi nazardan, raqamli marketing munosabatlarida huquqqa xilof xulq-atvorning mazmuni an'anaviy fuqarolik-huquqiy munosabatlarga nisbatan kengroq bo'lib, u faqatgina qonunga zid harakatlarni emas, balki raqamli muhitda iste'molchining axborot olish, erkin tanlov qilish, shaxsiy ma'lumotlari daxlsizligi va adolatli raqamli muhitda ishtirok etish huquqlarini ta'minlashga qaratilgan majburiyatlarning bajarilmasligini ham qamrab oladi. Demak, raqamli marketing sohasida huquqqa xilof harakat va huquqqa xilof harakatsizlik fuqarolik-huquqiy javobgarlikning mustaqil asosi sifatida baholanishi hamda ularni aniqlashda raqamli muhitga xos axborot berish, oshkoralik, algoritmik shaffoflik va shaxsiy ma'lumotlarni himoya qilish majburiyatlarining bajarilganligiga alohida e'tibor qaratilishi lozim.

Zararning mavjudligini raqamli marketing xizmatlaridan kelib chiqadigan majburiyatlarni bajarmaganlik yoki lozim darajada bajarmaganlikda aniqlash ham dolzarb ahamiyatga ega. Zarar huquqbuzarlik natijasida

jabrlanuvchining mulkiy yoki qonun bilan muhofaza qilinadigan boshqa manfaatlari-ga salbiy ta'sir ko'rsatgan huquqiy oqibat hisoblanadi. Jumladan, FKning 324-moddasiga muvofiq, qarzdor majburiyatni bajarmaganligi yoki lozim darajada bajarmaganligi tufayli kreditorga yetkazilgan zararni qoplashi shart. Shuningdek, FKning 14-moddasi huquqi buzilgan shaxsga yetkazilgan zararining to'liq qoplanishini kafolatlab, zararining haqiqiy zarar va boy berilgan foydadan iborat ekanligini belgilaydi. F.Y. Shodmanovning (2002) fikricha, shartnomani buzish natijasida yetkazilgan zararni ikkiga: majburiyatlarni umuman bajarmaganlik natijasida yetkazilgan zarar va qarzdor tomonidan bajarishni kechiktirganlikda yuzaga keladigan zararga bo'lish mumkin. M.I. Braginskiyning ta'kidlashicha, huquqlari buzilgan shaxsning mulkiy sohada yuzaga keladigan salbiy oqibatlar, huquqiy ahamiyatga ega jihatdan qaralganda, amalda "zararlar" tushunchasi bilan deyarli to'liq mos keladi (Braginsky & Vitryansky, 1997). V.A. Xoxlov esa zararlarining ajralmas belgisi sifatida ularning huquqbuzarlik bilan uzviy bog'liqligini ko'rsatadi (Khokhlov, 1998). Uning fikricha, zararlar haqida faqat muayyan huquqqa xilof qilmishning huquqiy oqibati sifatidagina so'z yuritish mumkin.

Yuqoridagi nazariy yondashuvlar tahlildan kelib chiqib, raqamli marketing sohasida iste'molchilar huquqlarini buzganlik uchun fuqarolik-huquqiy javobgarlikning ikkinchi elementi sifatida zararining mavjudligi umumiy sivilistik qoidalar asosida baholanishi lozim, degan xulosaga kelish mumkin. Raqamli marketing munosabatlarida zararining huquqiy tabiati o'zgarmaydi. Ya'ni u Fuqarolik kodeksining 14-moddasida nazarda tutilgan haqiqiy zarar va boy berilgan foyda ko'rinishida namoyon bo'ladi. Raqamli texnologiyalar mazkur elementning mazmunini emas, balki zarar yetkazish usulini o'zgartiradi. Xususan, chalg'ituvchi reklama, algoritmik manipulyatsiya, soxta iste'molchilar fikrlari, yashirin reklama yoki shaxsiy ma'lumotlardan qonun-

ga xilof foydalanish kabi harakatlar natijasida iste'molchining ortiqcha mablag' sarflashi, si-fatsiz yoki ehtiyojiga mos kelmaydigan tovar (xizmat)ni sotib olishi, shuningdek, manfaatliroq shartlarda tovar yoki xizmat xarid qilish imkoniyatini yo'qotishi mulkiy zararning ha-qiqiy zarar yoki boy berilgan foyda shakllari-da ifodalanadi. Demak, raqamli marketing so-hasida javobgarlikning ikkinchi elementi si-fatida zararning huquqiy mazmuni an'anaviy fuqarolik-huquqiy yondashuvdan farq qil-maydi, uning o'ziga xosligi esa faqat zararni keltirib chiqaruvchi raqamli huquqbuzarlik mexanizmlarida namoyon bo'ladi.

Fuqarolik huquqida javobgarlikning asosi sifatida ayb tamoyili ko'rsatiladi. Bu tamoyil shartnomaviy hamda aybli fuqarolik-huquqiy javobgarlik asosini tashkil etadi (Rassolov, 2007). FKning 333-moddasiga binoan maj-buriyatlarni bajarmaganlik yoki lozim dara-jada bajarmaganlik uchun javobgarlik faqat ayb mavjud bo'lgan hollarda yuklatiladi. Ayb shartnomaviy javobgarlikning boshqa shakl-laridan qat'i nazar, barcha hollarda mavjud bo'lishi kerak. Zero, ayb fuqarolik huquqbuz-arlik sodir etuvchining o'z g'ayrihuquqiy xatti-harakatlariga va ularning zararli oqibat-lariga nisbatan g'arazli maqsad yoki ehtiyot-sizlik shaklidagi ruhiy munosabatidir (Idri-sov, 2010).

G'ayrihuquqiy xatti-harakat sodir etgan va o'z qilmishi bilan boshqa shaxsga zarar yet-kazgan shaxsning g'arazli maqsadini yoki eh-tiyotsizligini ayb deb atay olamiz (Odinayev, 2020). I. Novitskiy va L. Luns "ayb shaxsning o'z g'ayrihuquqiy axloqiga nisbatan ma'lum munosabatidir", deb ta'kidlaydi (Novitskiy & Luntz, 1954). Fuqarolik kodeksida ayb javob-garlik sharti sifatida ko'rsatilar ekan, qonun-da yoki shartnomada nazarda tutilgan hol-larda aybsiz javobgarlikning mavjud bo'lishi ham ko'rsatilgan (Shepel, 2015).

Raqamli marketing munosabatlarida ham huquqbuzarning o'z majburiyatlarini qasd-dan yoki ehtiyotsizlik orqali bajarmasligi yoki lozim darajada bajarmasligi uning aybini ifo-

dalaydi. Bunda aybning huquqiy mazmuni raqamli texnologiyalar qo'llanilganligi bilan o'zgarmaydi, balki uning namoyon bo'lish shakllari raqamli muhit xususiyatlaridan ke-lib chiqib turlicha ifodalanadi. Masalan, tad-birkor yoki raqamli platforma operatorining chalg'ituvchi reklamani qasddan tarqatishi, soxta iste'molchilar fikrlaridan foydalani-shi, reklama ekanligini yashirishi, shaxsiy ma'lumotlarni qonunchilik talablariga zid ra-vishda qayta ishlashi yoki iste'molchini mu-him axborot bilan ta'minlash majburiyatiga beparvo munosabatda bo'lishi aybning turli ko'rinishlari sifatida baholanishi mumkin.

Shu bilan birga, raqamli marketing muno-sabatlarining o'ziga xos xususiyati shundan iboratki, ayrim hollarda fuqarolik-huquqiy javobgarlikni yuklash uchun huquqbuzar-ning aybini isbotlash talab etilmasligi ham mumkin. Fuqarolik kodeksining 333-mod-dasida qonun yoki shartnomada nazarda tutilgan hollarda aybsiz javobgarlikka yo'l qo'yilishi belgilangan. Mazkur qoida raqamli marketing munosabatlariga ham tatbiq etili-shi mumkin. Xususan, qonunchilikda raqamli platforma, marketpleys yoki reklama tarqa-tuvchi zimmasiga iste'molchining huquqlari-ni ta'minlash bo'yicha maxsus majburiyatlar yuklatilgan bo'lsa, ushbu majburiyatlar buzil-gan taqdirda javobgarlikni aybni isbotlashga bog'lab qo'yish iste'molchining huquqlarini samarali himoya qilish prinsipiga mos kel-maydi. Shu bois raqamli marketing sohasida ayb umumiy qoida sifatida fuqarolik-huqu-qiy javobgarlikning zarur elementi hisoblan-sa-da, qonun bilan bevosita nazarda tutilgan hollarda yoki professional faoliyat xavfi yu-qori bo'lgan munosabatlarda aybsiz javob-garlikni qo'llash iste'molchilar huquqlarini himoya qilishning samarali huquqiy mexaniz-mi sifatida baholanishi mumkin.

Qonunga xilof harakat yoki harakatsizlik natijasida kelib chiqqan zarar o'rtasida saba-biy bog'lanish bo'lishiga oid asos shartnoma-viy javobgarlik yetkazilgan zararni qoplash haqida so'z yuritilgandagina o'z ahamiyati-

ga ega bo'lishi mumkin (Narmatov, 2009). Fuqarolik kodeksida sababiy bog'lanishga alohida huquqiy ta'rif berilmagan bo'lsa-da, uning huquqiy mazmuni FKning 324- va 985-moddalarida "majburiyatni bajarmaganligi yoki lozim darajada bajarmaganligi tufayli", "g'ayriqonuniy harakat (harakatsizlik) tufayli" kabi huquqiy konstruksiyalar orqali ifodalangan (Republic of Uzbekistan, 1995). Mazkur normalardan kelib chiqib, fuqarolik-huquqiy javobgarlik yuzaga kelishi uchun huquqqa xilof harakat (harakatsizlik) bilan kelib chiqqan zarar o'rtasida yuridik ahamiyatga ega sababiy bog'lanish mavjud bo'lishi shart, degan xulosa chiqariladi. A.A. Morozovning (2006) fikricha, qonunchilikda belgilangan talablarning ahamiyati shundan iboratki, ular buzilgan taqdirda raqamli marketing xizmati lozim darajadagi (qonuniy) xizmat sifatida emas, balki noqonuniy xizmat sifatida e'tirof etiladi va bu bilan bog'liq barcha huquqiy oqibatlar vujudga keladi. Bu esa noqonuniy raqamli marketing xizmati natijasida jabr ko'rgan shaxslar sudga turli xil da'vo talablari bilan murojaat qilish huquqiga ega ekanligini anglatadi. Bunday talablar jumlasiga haqiqiy zararni qoplash hamda boy berilgan foydani undirish to'g'risidagi da'volar ham kiradi (Minbaleev, 2010).

Tadqiqot natijalarini O'zbekiston huquqni qo'llash amaliyoti bilan qiyoslash raqamli muhitda iste'molchilar huquqlarining buzilishi nazariy emas, balki amaliy ahamiyatga ega muammo ekanligini ko'rsatadi. Xususan, O'zbekiston Respublikasi Raqobatni rivojlantirish va iste'molchilar huquqlarini himoya qilish qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra, 2024-yilda elektron tijorat sohasiga oid 1328 ta iste'molchi murojaati kelib tushgan. Ularni ko'rib chiqish natijasida 423 nafar iste'molchining huquqlari tiklangan, iste'molchilar foydasiga 88,9 mln so'm qayta hisob-kitob qilingan hamda 31,6 mln so'mlik mahsulotlarning almashtirilishi ta'minlangan (Competition Promotion and Consumer Protection Committee, 2024). Mazkur

ko'rsatkichlar elektron savdo va raqamli xizmatlarda iste'molchiga yetkazilgan zarar hamda buzilgan huquqlarni tiklash masalasi O'zbekiston amaliyotida ham mavjudligini tasdiqlaydi.

Raqamli marketingda chalg'ituvchi reklamaning amaliy misoli sifatida Raqobat qo'mitasining "Hamkorbank" ATBga nisbatan ko'rib chiqqan ishini keltirish mumkin. Qo'mita tomonidan bankning onlayn mikroqarz xizmatiga oid reklamasida kredit miqdori ko'rsatilgani, biroq kreditning boshqa muhim shartlari reklama axborotida aks ettirilmaganini aniqlangan. Bunday axborot iste'molchini chalg'itishi mumkinligi sababli "Reklama to'g'risida"gi Qonun talablari buzilishi yuzasidan bankka moliyaviy jarima qo'llanilgan va qonunbuzarlikni bartaraf etish bo'yicha ko'rsatma berilgan (Competition Promotion and Consumer Protection Committee, 2024). Ushbu holat raqamli marketingda nafaqat yolg'on ma'lumot berish, balki iste'molchining iqtisodiy qarori uchun muhim bo'lgan axborotni to'liq taqdim etmaslik ham huquqiy oqibatlarni yuzaga keltirishini ko'rsatadi.

Bundan tashqari, 2025-yilda O'zbekiston Respublikasi Raqobatni rivojlantirish va iste'molchilar huquqlarini himoya qilish qo'mitasiga iste'molchilardan jami 53 670 ta murojaat kelib tushgan. Ularni ko'rib chiqish natijasida 46 662 ta murojaat, ya'ni 88 %i ijobiy hal etilib, iste'molchilarga yetkazilgan 46 mlrd so'm miqdoridagi zarar qayta hisob-kitob qilingan. Shu bilan birga, reklamalarining joylashtirilishi va tarqatilishi yuzasidan 34 882 ta o'rganish o'tkazilib, 16 880 ta holatda turli kamchiliklar aniqlangan va ularni bartaraf etish choralari ko'rilgan (Competition Promotion and Consumer Protection Committee, 2026). Mazkur ko'rsatkichlar O'zbekistonda reklama va iste'mol munosabatlarida huquqbuzarliklarning amaliy ahamiyatini hamda iste'molchilarga yetkazilgan zararni qoplash va buzilgan huquqlarni tiklash mexanizmlarini takomillashtirish zaruratini ko'rsatadi.

Muhokama

Fuqarolik huquqida FKning 325-moddasida nazarda tutilgan neustoyka va zararni qoplash kabi javobgarlik turlari vujudga keldi (Republic of Uzbekistan, 1995). Bu borada F.Y. Shodmanov (2002) shartnomaviy javobgarlikning ikkita asosiy, ya'ni neustoyka va zararni qoplash shakllari borligini ko'rsatadi. A.S. Odinayev (2020) esa F.Y. Shodmanovning (2002) fikriga yanada aniqlik kiritib neustoyka o'z mazmun-mohiyatiga ko'ra ikkiyoqlama xususiyat kasb etib, bir paytning o'zida ham majburiyatlarning bajarilishini ta'minlash usuli, ham fuqarolik-huquqiy javobgarlik shakli hisoblanadi deya ta'kidlaydi. Xususan, G.F. Shershenevich (1995) neustoykani majburiyatlar bajarilmagan yoki lozim darajada bajarilmagan taqdirda majburiyatli taraf ikkinchi tarafga to'lashi lozim bo'lgan jarima yoki penya ko'rinishidagi pul mablag'i sifatida ta'riflagan. A.S. Odinayev esa bu fikrga izoh berib, neustoykaning ikkiyoqlama xususiyati – majburiyatlarning bajarilishini ta'minlash usuli va fuqarolik-huquqiy javobgarlik shakli ekanligini alohida ta'kidlaydi.

Fuqarolik qonunchiligi neustoykaning to'rtta turini: hisobga o'tkaziladigan, jarimali, alohida, muqobil neustoykalarni nazarda tutadi.

1. Hisobga o'tkaziladigan neustoyka – agar majburiyatni bajarmaganlik yoki lozim darajada bajarmaganlik uchun neustoyka belgilangan bo'lsa, zararning neustoyka bilan qoplanmagan qismi to'lanadi.

2. Jarimali neustoyka kreditorga neustoykaning o'zini, shuningdek, neustoykadan tashqari zararni ham to'la hajmda undirish huquqini beradi.

3. Mutlaq (alohida) neustoyka – kreditorga zararni undirmasdan, balki neustoykani undirib olish huquqi beriladi.

4. Muqobil (baholanadigan) neustoyka – kreditorga neustoykani undirish yoki majburiyatning bajarilmasligi tufayli ko'rilgan zararlarni undirish huquqi beriladi. Muqobil neustoyka kreditorning ko'rgan zararlari-

ni qoplashga qaratilib, kreditor neustoykani undirishdan bosh tortishga va ko'rgan zararlarning to'lanishini talab qilishga haqli (Okuylov et al., 2024). Bu xususda I.B. Zokirov (2009)ga ko'ra, hisobga o'tkaziladigan neustoykaning xususiyati shu bilan belgilanadiki, FKning 325-moddasida ko'rsatilganidek, agar majburiyatni bajarmaganlik yoki lozim darajada bajarmaganlik uchun neustoyka belgilangan bo'lsa, zararning neustoyka bilan qoplanmagan qismi to'lanadi. A.S. Odinayev (2020) bunday neustoyka ko'pincha tashkilotlar o'rtasida tuziladigan mahsulot yetkazib berish, qurilish pudrati shartnomalarida qo'llaniladi, deydi. Shuningdek, ushbu turlarni chuqur va atroflicha tahlil qilib FKning 325-moddasida neustoyka turlari aniq ko'rsatilishi lozimligini quyidagicha ifodalab beradi. "Neustoyka turlari: Agar majburiyatni bajarmaganlik yoki lozim darajada bajarmaganlik uchun neustoyka (hisobga o'tkaziladigan) belgilangan bo'lsa, zararning neustoyka bilan qoplanmagan qismi to'lanadi. Biroq raqamli marketing munosabatlarining o'ziga xos xususiyatlari fuqarolik-huquqiy javobgarlikning an'anaviy shakllarini qo'llash bilan bir qatorda, ushbu sohada yuzaga kelayotgan huquqiy muammolarni ham alohida baholashni talab etadi. Raqamli marketing sohasida fuqarolik-huquqiy javobgarlikni qo'llash bilan bog'liq muammolarni uch guruhga ajratish imkonini beradi. Birinchisi, normativ-huquqiy to'siqlar bo'lib, raqamli marketingga xos chalg'ituvchi interfeyslar, algoritmik manipulyatsiya, soxta sharhlar va yashirin reklama kabi amaliyotlarni fuqarolik-huquqiy javobgarlik nuqtayi nazaridan baholashda mavjud umumiy normolarni raqamli muhitga mos ravishda talqin qilish zarurati bilan bog'liq. Ikkinchisi, huquqbuzarlik tarkibini aniqlash bilan bog'liq to'siqlar bo'lib, algoritmik va avtomatlashtirilgan marketing jarayonlarida huquqqa xilof xatti-harakat, zarar, sababiy bog'lanish va aybni aniqlashning murakkablashuvida namoyon bo'ladi. Uchinchisi, subyektlar doirasi-

ni aniqlash muammosi bo'lib, reklama beruvchi, raqamli platforma, marketpleys, reklama tarqatuvchi va boshqa ishtirokchilar o'rtasida javobgarlikni taqsimlash masalasini qamrab oladi.

Tadqiqot natijalarini zamonaviy xorijiy yondashuvlar bilan solishtirish shuni ko'rsatadiki, Yevropa Ittifoqi amaliyoti manipulyativ dizayn va sharhlar haqiqiyligini iste'molchining ongli iqtisodiy tanlovini ta'minlash masalasi sifatida ko'rsa, AQSH yondashuvi soxta sharhlar va tavsiyalarni alohida taqiqlar hamda fuqarolik jarimalari bilan mustahkamlashga yo'nalgan. Mazkur yondashuvlardan farqli ravishda, O'zbekiston fuqarolik qonunchiligida umumiy zarar qoplash va majburiyatni buzganlik uchun javobgarlik normalari mavjud bo'lsa-da, raqamli platformaning dalillarni saqlash, reklama xarakterini ochiq ko'rsatish, sharhlarning kelib chiqishi va algoritmik ta'sir haqida minimal axborot berish majburiyatlari fuqarolik-huquqiy oqibatlar bilan tizimli bog'lanmagan. Shuning uchun milliy model uchun eng maqbul yo'l klassik fuqarolik-huquqiy javobgarlikni inkor etmasdan, raqamli muhitga xos maxsus majburiyatlar va isbotlash qoidalarini bilan uni to'ldirishdan iborat.

Yuqoridagi nazariy tahlil shuni ko'rsatadiki, neustoyka va zararni qoplash fuqarolik-huquqiy javobgarlikning an'anaviy shakllari sifatida raqamli marketing munosabatlariga ham tatbiq etiladi. Biroq raqamli marketing sohasida mazkur javobgarlik shakllarini amalga oshirishda bir qator huquqiy muammolar mavjud. Avvalo, raqamli marketingda iste'molchilar huquqlari ko'p hollarda shartnoma tuzilgandan keyin emas, balki shartnoma tuzilishidan oldingi bosqichda – chalgituvchi reklama, yashirin reklama, algoritmik manipulyatsiya, soxta iste'molchilar fikrlari, tovar yoki xizmat haqida to'liq bo'lmagan axborot berilishi kabi harakatlar natijasida buziladi. Bunday hollarda neustoyka institutini qo'llash imkoniyati cheklangan bo'lib, iste'molchining aso-

siy himoya vositasi zararni qoplash talabi hisoblanadi. Ammo raqamli muhitda haqiqiy zarar hamda boy berilgan foydani isbotlashning murakkabligi mazkur himoya shaklining amaliy samaradorligini sezilarli darajada pasaytiradi.

O'zbekistonda raqamli marketing sohasida fuqarolik-huquqiy javobgarlik mexanizmlarini raqamli munosabatlarining zamonaviy xususiyatlariga moslashtirish zarur. Xususan, elektron tijorat va reklama sohasidagi amaldagi normalarni rivojlantirgan holda raqamli platformalar va marketpleyslarning iste'molchi oldidagi javobgarligi chegaralarini, shu jumladan huquqqa xilof reklama yoki tijorat amaliyoti haqida xabardor bo'lgandan keyingi majburiyatlarini yanada aniq belgilash maqsadga muvofiq. Shuningdek, "Reklama to'g'risida"gi qonunchilik doirasida yashirin reklama, inflyuenserlarning tijorat kontenti, soxta sharh va reytinglardan foydalanishga nisbatan raqamli muhitga mos aniq talablarni rivojlantirish, algoritmik reklama va tavsiya tizimlaridan foydalanishda iste'molchiga uning iqtisodiy tanloviga ta'sir qiluvchi muhim axborotni taqdim etish talablarini kuchaytirish zarur.

Xulosa

Xulosa sifatida shuni aytish lozimki, shaxsga doir ma'lumotlardan reklama, profil va maqsadli marketingda foydalanishda iste'molchining xabardorligi, roziligi va shaxsga doir ma'lumotlarini himoya qilish kafolatlarini kuchaytirish ham muhim ahamiyatga ega. Shu bilan birga, raqamli marketing natijasida yetkazilgan zararni qoplashda huquqqa xilof xatti-harakat, zarar va sababiy bog'lanishni isbotlash uchun elektron yozishmalar, reklama materiallari, tranzaksiya ma'lumotlari, internet tarmog'ida saqlanayotgan ma'lumotlar hamda boshqa raqamli dalillardan samarali foydalanish amaliyotini rivojlantirish lozim. O'zbekiston protsessual qonunchiligida raqamli dalillarning alohida huquqiy tartibga solinganligi ushbu taklifni amalga oshirish uchun huquqiy asos yarata-

di. Umuman, mazkur choralar amaldagi fuqarolik-huquqiy himoya vositalarini raqamli marketing xususiyatlariga moslashtirish, iste'molchining buzilgan huquqlarini samarali tiklash va yetkazilgan zararni qoplash mexanizmlarini takomillashtirishga xizmat qiladi.

REFERENCES

- Braginsky, M. I., & Vitryansky, V. V. (1997). *Dogovornoe pravo: Obshchie polozheniya* [Contract law: General provisions]. Statut.
- Competition Promotion and Consumer Protection Committee. (2024, October 4). *Reklama qonunchiligi buzilishi yuzasidan "Hamkorbank" ATBga nisbatan moliyaviy jarima qo'llanildi* [A financial penalty was imposed on Hamkorbank JSCB for violating advertising legislation]. <https://raqobat.gov.uz/uz/reklama-qonunchiligi-buzilishi-yuzasidan-hamkorbank-atbga-nisbatan-moliyaviy-jarima-qollanildi/>
- Competition Promotion and Consumer Protection Committee. (2026). *Raqobat qo'mitasining 2025-yil yakunlari bo'yicha rasmiy hisoboti* [Official report of the Competition Promotion and Consumer Protection Committee on the results of 2025]. <https://raqobat.gov.uz/uz/qomita-hisobotlari>
- Egamberdiyeva, N. X. (2007). *Fuqarolik-huquqiy javobgarlik asoslari va shakllari* [Grounds and forms of civil liability]. TSIL Publ.
- European Commission. (2023). *Consumer conditions scoreboard 2023*. European Union. https://commission.europa.eu/system/files/2023-10/consumer_conditions_scoreboard_2023_v1.1.pdf
- European Parliament, & Council of the European Union. (2022). *Regulation (EU) 2022/2065 of 19 October 2022 on a Single Market for Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act)*. Official Journal of the European Union, L 277, 1–102. <http://data.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj>
- Federal Trade Commission. (2024a). *Rule on the use of consumer reviews and testimonials (16 CFR Part 465)*. Federal Register. <https://www.ftc.gov/legal-library/browse/rules/rulemaking-use-consumer-reviews-testimonials>
- Federal Trade Commission. (2024b). *FTC approves final order against Rytr, seller of an AI 'testimonial & review' service*. Federal Trade Commission News. <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2024/12/ftc-approves-final-order-against-rytr-seller-ai-testimonial-review-service-providing-subscribers>
- Idrisov, Kh. V. (2010). *Vina kak uslovie otvetstvennosti v rossiyskom grazhdanskom prave* [Fault as a condition of liability in Russian civil law] [Abstract of the Candidate dissertation]. Moscow State Law University.
- Imomov, N. F. (2018). Fuqarolik kodeksining vazifasi: Ijtimoiy munosabatlarini huquqiy tartibga solish yoxud huquqni belgilash [Task of the Civil Code: Legal regulation of social relations or establishment of law]. *Review of Law Sciences*, 1, 43.
- Khokhlov, V. A. (1998). *Grazhdansko-pravovaya otvetstvennost za narushenie dogovora* [Civil liability for breach of contract] [Doctoral dissertation]. Samara State University.
- Lipinskiy, D. A. (2013). Yuridicheskaya otvetstvennost kak institut prava [Legal responsibility as an institution of law]. *Lawyer*, (12), 3–7.
- Minbaleev, A. V. (2010). *Pravovoe regulirovanie reklamnoy deyatel'nosti* [Legal regulation of advertising activity] (V. V. Kvanina, Ed.). Jurisprudence.
- Morozov, A. A. (2006). *Pravovoe regulirovanie reklamnoy deyatel'nosti v Rossiyskoy Federatsii* [Legal regulation of advertising activity in the Russian Federation]. IV ESEP.
- Narmatov, N. S. (2009). *Xizmat korsatish sohasida tadbirkorlik faoliyatini fuqaroviy-huquqiy tartibga solish muammolari* [Problems of civil regulation of entrepreneurial activity in the service sector] [Doctoral dissertation]. Tashkent.

- Novitskiy, I. B., & Luntz, L. A. (1954). *Obshchee uchenie ob obyazatelstve* [General doctrine of obligation]. Gosyurisdats.
- Odinayev, A. S. (2020). *Majburiyat huquqi sohasida neustoyka qo'llashni tartibga solish* [Regulation of the application of penalties in the field of obligations] [Dissertation]. Tashkent.
- Okyulov, O., Imomov, N., & Xodjiyev, Y. (Eds.). (2024). *Fuqarolik huquqiga kirish* [Introduction to civil law]. TSUL Publ.
- Okyulov, O., Imomov, N., Xodjiyev, Y., Ibrohimov, A., & Koryog'diyev, B. (2026). *Majburiyat huquqi* [Law of obligations]. Dimal.
- Rassolov, M. M. (2007). *Problemy teorii gosudarstva i prava* [Problems of the theory of state and law]. UNITY-DANA.
- Republic of Uzbekistan. (1995, December 21). *Civil Code of the Republic of Uzbekistan*. Lex.uz. <https://lex.uz/acts/-111189>
- Sergeeva, A. P., & Tolstoy, Yu. K. (Eds.). (2002). *Grazhdanskoe pravo* [Civil law] (Vol. 1). Prospect.
- Shepel, T. V. (2015). *Vina v grazhdanskom prave: Zakonodatelstvo i tsivilisticheskaya doktrina* [Fault in civil law: Legislation and civil doctrine]. Novosibirsk State University Repository. <https://lib.nsu.ru/xmlui/handle/nsu/10012>
- Shershenevich, G. F. (1995). *Uchebnik russkogo grazhdanskogo prava* [Textbook of Russian civil law]. Spark.
- Shodmanov, F. Y. (2002). *Bozor iqtisodiyoti sharoitida shartnoma majburiyatlarini buzganlik uchun fuqarolik-huquqiy javobgarlik muammolari* [Problems of civil liability for breach of contractual obligations in a market economy] [Abstract of doctoral dissertation]. Tashkent State University of Law.
- Sinaisky, V. I. (2002). *Russkoe grazhdanskoe pravo* [Russian civil law]. Statut.
- Usmonov, V. M. (2020). *Xo'jalik shartnomalarini tuzish va rasmiylashtirishning huquqiy asoslarini takomillashtirish* [Improving the legal framework for concluding and formalizing economic contracts] [Doctoral dissertation]. Tashkent.
- Zokirov, I. B. (2009). *Fuqarolik huquqi* [Civil law]. TSIL Publ.

YURIDIK FANLAR AXBOROTNOMASI ВЕСТНИК ЮРИДИЧЕСКИХ НАУК REVIEW OF LAW SCIENCES

Huquqiy ilmiy-amaliy jurnal

Правовой научно-практический журнал

Legal scientific-practical journal

2026-yil 3-son

VOLUME 10 / ISSUE 3 / 2026

DOI: [HTTPS://DX.DOI.ORG/10.51788/TSUL.ROLS.103](https://dx.doi.org/10.51788/TSUL.ROLS.103)