



YURISPRUDENSIYA

HUQUQIY ILMIY-AMALIY JURNALI

2026-yil 4-son

VOLUME 6 / ISSUE 4 / 2026

DOI: <https://dx.doi.org/10.51788/tsul.jurisprudence.6.4>.



Crossref
Content
Registration

ISSN: 2181-1938

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

MUASSIS: TOSHKENT DAVLAT YURIDIK UNIVERSITETI

“Yurisprudensiya” – “Юриспруденция” – “Jurisprudence” huquqiy ilmiy-amaliy jurnali O'zbekiston matbuot va axborot agentligi tomonidan 2020-yil 22-dekabrda 1140-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, E. Sharipov,
K. Abduvaliyeva, M. Sharifova,
Sh. Beknazarova, X. Yuldasheva

Musahhih:
M. Tursunov

Texnik muharrir:
U. Sapayev

Dizayner:
D. Rajapov

Tahririyat manzili:
100047. Toshkent shahri,
Sayilgoh ko'chasi, 35.
Tel.: (0371) 233-66-36 (1169)

Vebsayt: jurisprudence.tsul.uz
E-mail: lawjournal@tsul.uz

Obuna indeksi: 1387

Tasdiqnoma
№ 174625, 29.11.2023.

Jurnal 2026-yil 26-avgustda
bosmaxonaga topshirildi.
Qog'oz bichimi: A4.
Shartli bosma tabog'i: 24,5
Adadi: 100. Buyurtma: № 81.

TDYU bosmaxonasida chop etildi.
Bosmaxona manzili:
100047. Toshkent shahri,
Sayilgoh ko'chasi, 37.

© Toshkent davlat yuridik universiteti

TAHRIR HAY'ATI

BOSH MUHARRIR

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

BOSH MUHARRIR O'RINBOSARI

J. Allayorov – Toshkent davlat yuridik universiteti Huquqiy tadqiqotlar oliy maktabi direktori, yuridik fanlar bo'yicha falsafa doktori, dotsent

MAS'UL MUHARRIR

N. Ramazonov – Toshkent davlat yuridik universiteti O'zbek tili va adabiyoti sho'bası mudiri, filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori, dotsent

TAHRIR HAY'ATI A'ZOLARI

J. Blum – Amerika Qo'shma Shtatlarining Boston kolleji Huquq maktabi professori, huquq doktori (AQSH)

M. Vishovaty – Polshaning Gdansk universiteti professori (Polsha)

M. Hayat – Muhammadiyah Malang universiteti o'qituvchisi (Indoneziya)

A. Xashimxonov – Toshkent davlat yuridik universiteti Yoshlar masalalari va ma'naviy-ma'rifiy ishlar bo'yicha birinchi prorektori, yuridik fanlar doktori, professor

A. Yakubov – Toshkent davlat yuridik universiteti Xalqaro hamkorlik va uzluksiz ta'lim bo'yicha prorektori, yuridik fanlar doktori, dotsent

M. Axmedshayeva – Toshkent davlat yuridik universiteti Davlat va huquq nazariyasi sho'bası professori, yuridik fanlar doktori

X. Xayitov – O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining Qonunchilik palatasi deputati, yuridik fanlar doktori, professor

E. Egamberdiyev – Toshkent davlat yuridik universiteti Huquqni sohalararo o'rganish fakulteti Tadqiqot markazi rahbari, yuridik fanlar bo'yicha falsafa doktori, dotsent

Sh. Ismoilov – Toshkent davlat yuridik universiteti Mehnat huquqi sho'bası mudiri, yuridik fanlar doktori, dotsent

G. Uzakova – Toshkent davlat yuridik universiteti Ekologiya huquqi sho'bası mudiri, yuridik fanlar doktori, professor

G. Yo'ldasheva – Toshkent davlat yuridik universiteti Xalqaro huquq va inson huquqlari sho'bası professori, yuridik fanlar doktori

A. Yo'ldoshev – Toshkent davlat yuridik universiteti Ommaviy huquq fakulteti Tadqiqot markazi yetakchi ilmiy xodimi, yuridik fanlar doktori, dotsent

R. Altiyev – Toshkent davlat yuridik universiteti Jinoiy odil sudlov fakulteti dekani, yuridik fanlar bo'yicha falsafa doktori, professor v.b.

M. Kurbanov – Toshkent davlat yuridik universiteti Jinoyat huquqi, kriminologiya va korrupsiyaga qarshi kurashish sho'bası professori v.b., yuridik fanlar bo'yicha falsafa doktori

S. Oripov – Toshkent davlat agrar universiteti Huquqshunoslik kafedrası dotsenti, yuridik fanlar bo'yicha falsafa doktori

F. Hamdamova – Jahon iqtisodiyoti va diplomatiya universiteti Xalqaro huquq va ommaviy huquq fanlari kafedrası dotsenti v.b., yuridik fanlar doktori

D. So'fiyeva – Toshkent davlat yuridik universiteti Davlat va huquq nazariyasi sho'bası katta o'qituvchisi, yuridik fanlar bo'yicha falsafa doktori

УЧРЕДИТЕЛЬ: ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЮРИДИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Правовой научно-практический журнал «Юриспруденция» – «Yurisprudensiya» – «Jurisprudence» зарегистрирован Агентством печати и информации Узбекистана 22 декабря 2020 года с удостоверением № 1140.

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,
Э. Шарипов, К. Абдувалиева,
М. Шарифова, Ш. Бекназарова,
Х. Юлдашева

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:

jurisprudence.tsul.uz

Е-mail:

lawjournal@tsul.uz

Подписной индекс:

1387.

Свидетельство

от 29.11.2023 № 174625.

Журнал передан в типографию
26.08.2026.

Формат бумаги: А4.

Усл. п. л. 24,5. Тираж: 100 экз.

Номер заказа: 81.

Отпечатано в типографии
Ташкентского государственного
юридического университета.

100047, г. Ташкент,

ул. Сайилгох, 37.

© Ташкентский государственный
юридический университет

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

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

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА

Ж. Аллаёров – директор Высшей школы правовых исследований Ташкентского государственного юридического университета, доктор философии по юридическим наукам, доцент

ОТВЕТСТВЕННЫЙ РЕДАКТОР

Н. Рамазонов – заведующий сектором узбекского языка и литературы Ташкентского государственного юридического университета, доктор философии по филологическим наукам, доцент

ЧЛЕНЫ РЕДКОЛЛЕГИИ

Дж. Блум – профессор юридической школы Бостонского колледжа (Бостон, США), доктор юридических наук

М. Вишоватый – профессор Гданьского университета (Гданьск, Польша)

М. Хаят – преподаватель Университета Мухаммадия Маланг (Индонезия)

А. Хашимхонов – первый проректор по делам молодёжи и духовно-просветительской работе Ташкентского государственного юридического университета, доктор юридических наук, профессор

А. Якубов – проректор по международным связям и дополнительному образованию Ташкентского государственного юридического университета, доктор юридических наук, доцент

М. Ахмедшаева – профессор сектора теории государства и права Ташкентского государственного юридического университета, доктор юридических наук, профессор

Х. Хайитов – депутат Законодательной палаты Олий Мажлиса Республики Узбекистан, доктор юридических наук, профессор

Э. Эгамбердиев – руководитель Исследовательского центра факультета междисциплинарного изучения права Ташкентского государственного юридического университета, доктор философии по юридическим наукам, доцент

Ш. Исмоилов – заведующий сектором трудового права Ташкентского государственного юридического университета, доктор юридических наук, доцент

Г. Узакова – заведующая сектором экологического права Ташкентского государственного юридического университета, доктор юридических наук, профессор

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

А. Юлдошев – ведущий научный сотрудник Исследовательского центра факультета публичного права Ташкентского государственного юридического университета, доктор юридических наук, доцент

Р. Алтиев – декан факультета уголовного правосудия Ташкентского государственного юридического университета, доктор философии по юридическим наукам, и. о. профессора

М. Курбанов – и. о. профессора сектора уголовного права, криминологии и противодействия коррупции Ташкентского государственного юридического университета, доктор философии по юридическим наукам

С. Орипов – доцент кафедры права Ташкентского государственного аграрного университета, доктор философии по юридическим наукам

Ф. Хамдамова – и. о. доцента кафедры международного и публичного права Университета мировой экономики и дипломатии, доктор юридических наук

Д. Суфиева – старший преподаватель сектора теории государства и права Ташкентского государственного юридического университета, доктор философии по юридическим наукам

FOUNDER: TASHKENT STATE UNIVERSITY OF LAW

“Yurisprudensiya” – “Юриспруденция” – “Jurisprudence” legal scientific and practical journal was registered by the Press and Information Agency of Uzbekistan on December 22, 2020 with certificate No. 1140.

The journal is included in the list of journals of the Higher Attestation Commission at 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 journal materials are carried out with the permission of the founder.

Agreed-upon price.

Publication Officer:
O. Choriev

Editors:
E. Mustafaev, E. Yarmolik, E. Sharipov,
K. Abduvalieva, M. Sharifova,
Sh. Beknazarova, Kh. Yuldasheva

Proofreader:
M. Tursunov

Technical editor:
U. Sapaev

Designer:
D. Rajapov

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

Website: jurisprudence.tsul.uz
E-mail: lawjournal@tsul.uz

Subscription index: 1387.

Certificate
№ 174625, 29.11.2023.

The journal is submitted to the Printing house on 26.08.2026.
Paper size: A4. Cond.p.f: 24,5.
Units: 100. Order: № 81.

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

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

DEPUTY EDITOR

J. Allayorov – Director of the Graduate School of Legal Research of Tashkent State University of Law, Doctor of Philosophy (PhD) in Law, Associate Professor

EXECUTIVE EDITOR

N. Ramazonov – Head of the Department of Uzbek Language and Literature of Tashkent State University of Law, Doctor of Philosophy (PhD) in Philology, Associate Professor

MEMBERS OF THE EDITORIAL BOARD

J. Blum – Professor of Law School of Boston College, Doctor of Law (Boston, USA)

M. Vishovaty – Professor of the University of Gdańsk (Gdansk, Poland)

M. Hayat – Lecturer of the University of Muhammadiyah Malang (Indonesia)

A. Khashimhonov – First Deputy Rector for Youth Affairs and Spiritual and Educational Affairs of Tashkent State University of Law, Doctor of Law, Professor

A. Yakubov – Deputy Rector for International Relations and Further Education of Tashkent State University of Law, Doctor of Law, Associate Professor

M. Akhmedshaeva – Professor of the Department of Theory of State and Law of Tashkent State University of Law, Doctor of Law, Professor

Kh. Khayitov – Deputy of the Legislative Chamber of the Oliy Majlis of the Republic of Uzbekistan, Doctor of Law, Professor

E. Egamberdiev – Head of the Research Center of the Faculty of Interdisciplinary Studies of Law of Tashkent State University of Law, Doctor of Philosophy (PhD) in Law, Associate Professor

Sh. Ismoilov – Head of the Department of Labor Law of Tashkent State University of Law, Doctor of Law, Associate Professor

G. Uzakova – Head of the Department of Environmental Law of the Tashkent State University of Law, Doctor of Law, Professor

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

A. Yuldoshev – Leading Research Fellow of the Research Center of the Faculty of Public Law of Tashkent State University of Law, Doctor of Law, Associate Professor

R. Altiev – Dean of the Faculty of Criminal Justice of Tashkent State University of Law, Doctor of Philosophy (PhD) in Law, Acting Professor

M. Kurbanov – Acting Professor of the Department of Criminal Law, Criminology and Anti-Corruption of Tashkent State University of Law, Doctor of Philosophy (PhD) in Law

S. Oripov – Associate Professor of the Department of Law of Tashkent State Agrarian University, Doctor of Philosophy (PhD) in Law

F. Hamdamova – Acting Associate Professor of the Department of International Law and Public Law of the University of World Economy and Diplomacy, Doctor of Law

D. Sufieva – Senior Lecturer of the Department of Theory of State and Law of Tashkent State University of Law, Doctor of Philosophy (PhD) in Law

MUNDARIJA

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

- 11 **SAYDULLAYEV SHAXZOD ALIXANOVICH**
Qonunchilikdagi bo'shliqlarni aniqlashda normativ-huquqiy hujjatlar ijrosi monitoringining ahamiyati
- 20 **ALLAYAROVA SOLIXA NARZULLOYEVNA**
Yuridik germeneytikaning nazariy-metodologik asoslari
- 26 **SULTANOVA SABOXAT ALISHEROVNA**
Tartibga solish ta'sirini baholash va huquqiy monitoringni takomillashtirishning nazariy-huquqiy masalalari
- 34 **UMAROVA IRODA MUXAMEDOVNA**
Ijtimoiy davlat shakllanishining tarixiy-huquqiy bosqichlari

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

- 42 **MIRZAYEV FAYZULLA IBODULLAYEVICH**
Jinoiy daromadlarni legallashtirishga qarshi kurashishda Moliyaviy razvedka bo'linmasining ma'muriy-huquqiy maqomi
- 48 **ALIMOV BOTU BABIROVICH**
Hukumatni shakllantirish va javobgarligi: O'zbekiston modeli va xorijiy tajriba
- 57 **RAIMOV ELBEK BAHODIR O'G'LI, ABDUMO'MINOVA SALOMAT OTABEKOVNA**
O'zbekiston Respublikasining "Shaxsga doir ma'lumotlar to'g'risida"gi Qonunining huquqiy tahlili
- 63 **AZIMOV AZIMBEK AZIZBEK O'G'LI**
Yoshlar bandligini qo'llab-quvvatlashda hududiy "Yo'l xaritalari"ni joriy etishning ahamiyati

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

- 70 **RUZINAZAROV SHUXRAT NURALIYEVICH, TOSHKANOV NURBEK BAHRIDDINOVICH**
Raqamli tadbirkorlikni huquqiy tartibga solish tendensiyalari
- 77 **BOZAROV SARDOR SOXIBJONOVICH**
Sun'iy intellekt tizimlarining fuqarolik-huquqiy javobgarligi: zamonaviy huquqiy muammolar va tartibga solish yondashuvlari
- 86 **XODJIYEV YUNUS MUXITDINOVICH**
Ko'char ashyolarga bo'lgan mulk huquqidan voz kechishning ayrim masalalari
- 93 **SATVALDIYEVA YULDUZXON XATAMJAN QIZI**
Sanoat namunalarini huquqiy muhofaza qilish muammolari va ularning dekorativ-amaliy san'at asarlari bilan nisbati
- 100 **KAN YEKATERINA EDUARDOVNA**
Klinik amaliyotda "yashirin sun'iy intellekt" (shadow AI): shifokorlarning undan ruxsatsiz foydalanishini nazorat qilishning huquqiy mexanizmlari
- 108 **RAXMONOV TOLIB TURG'UN O'G'LI**
Raqamli moliyaviy aktivlarning fuqarolik-huquqiy tabiati
- 115 **BERDIBAYEV SARDOR YERKABOY O'G'LI**
"Animus fraudandi": xalqaro xususiy huquqda qonunni chetlab o'tishni isbotlashning doktrinal huquqiy asoslari

121 JO'RAQULOVA HILOLA O'KTAM QIZI

Regress fuqarolik-huquqiy javobgarlik tizimining muhim va zarur tarkibiy elementi

127 RAHIMOV JALOLIDDIN XAYTBOY O'G'LI

Steyblkoinlar orqali to'lov qilishning shartnomaviy asoslari tavsifi

132 OLLABERGANOV JUR'ATBEK MANSURBEK O'G'LI, XADJIYEV AZIZBEK KADAMBAYEVICH

O'zbekiston Respublikasi fuqarolik huquqida raqamli aktivlar va elektron bitimlarni tartibga solishning dolzarb muammolari

138 BAXROMOVA NILUFAR XOSHOIMOVNA

Raqamli marketingda firibgarlik va chalg'ituvchi amaliyotlarga qarshi huquqiy mexanizmlarni takomillashtirish: fuqarolik-huquqiy yondashuv

145 SAMANDAROVA FERUZA BAXROMJON QIZI

Davlat xaridlari jarayonini elektronlashtirish sharoitida shartnomaviy munosabatlarni huquqiy tartibga solish

12.00.06 – TABIIY RESURLAR HUQUQI. AGRAR HUQUQ. EKOLOGIK HUQUQ

153 UZAKOVA GO'ZAL SHARIPOVNA

Atrof-muhitni xalqaro-huquqiy muhofaza qilishda Birlashgan Millatlar Tashkiloti Atrof-muhit bo'yicha dasturi (UNEP)ning o'rni va roli

161 KENJAYEV RUSTAM XAYDAROVICH

Qishloq xo'jaligiga mo'ljallangan yerlardan foydalanish va muhofaza qilishda ekologik nazoratning o'rni va ahamiyati

168 RAHMATOVA DILAFRUZ IXTIYOR QIZI

Elektron chiqindilar bilan bog'liq munosabatlarni huquqiy tartibga solishning fragmentarlari

12.00.08 – JINOYAT HUQUQI. JINOYAT-IJROIYA HUQUQI

180 PRIMOV BAXTIYOR OLIM O'G'LI

Kriptovalyutadan jinoiy maqsadlarda foydalanish: jinoyat-huquqiy jihatlar

185 JUMANAZAROVA MARJONA BOTIR QIZI

Ehtiyotsizlik orqasida sodir etilgan jinoyatlar uchun jinoiy javobgarlikni tabaqalashtirishning jinoyat-huquqiy muammolari: Germaniya va Fransiya jinoyat qonunchiligining qiyosiy-huquqiy tahlili

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

192 XALILOV SHOHURH MIRZO BOYMUROD O'G'LI

Tergovda ayblovga moyillik: kognitiv sabablar, qiyosiy-huquqiy tahlil va protsessual bartaraf etish mexanizmlari

12.00.10 – XALQARO HUQUQ

200 BAZARBAEVA SHAXLO RAXIMOVNA, RASULOV JURABEK ABDUSAMIYEVICH

Xalqaro huquqda kiberurush va kiberoperatsiyalar: farqlash hamda huquqiy tartibga solish muammolari

СОДЕРЖАНИЕ

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

11 САЙДУЛЛАЕВ ШАХЗОД АЛИХАНОВИЧ

Значение мониторинга исполнения нормативно-правовых актов в выявлении пробелов в законодательстве

20 АЛЛАЯРОВА СОЛИХА НАРЗУЛЛОЕВНА

Теоретико-методологические основы юридической герменевтики

26 СУЛТАНОВА САБОХАТ АЛИШЕРОВНА

Теоретико-правовые вопросы совершенствования оценки регуляторного воздействия и правового мониторинга

34 УМАРОВА ИРОДА МУХАМЕДОВНА

Историко-правовые этапы формирования социального государства

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

42 МИРЗАЕВ ФАЙЗУЛЛА ИБОДУЛЛАЕВИЧ

Административно-правовой статус подразделения финансовой разведки в сфере противодействия легализации преступных доходов

48 АЛИМОВ БОТУ БАБИРОВИЧ

Формирование и ответственность Правительства: модель Узбекистана и зарубежный опыт

57 РАИМОВ ЭЛБЕК БАХОДИР УГЛИ, АБДУМУМИНОВА САЛОМАТ ОТАБЕКОВНА

Правовой анализ Закона Республики Узбекистан «О персональных данных»

63 АЗИМОВ АЗИМБЕК АЗИЗБЕК УГЛИ

Значение внедрения региональных «дорожных карт» в поддержке занятости молодёжи

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

70 РУЗИНАЗАРОВ ШУХРАТ НУРАЛИЕВИЧ, ТОШКАНОВ НУРБЕК БАХРИДДИНОВИЧ

Тенденции правового регулирования цифрового предпринимательства

77 БОЗАРОВ САРДОР СОХИБЖОНОВИЧ

Гражданско-правовая ответственность систем искусственного интеллекта: современные правовые проблемы и подходы к регулированию

86 ХОДЖИЕВ ЮНУС МУХИТДИНОВИЧ

Некоторые вопросы отказа от права собственности на движимые вещи

93 САТВАЛДИЕВА ЮЛДУЗХОН ХАТАМЖАН КИЗИ

Проблемы правовой охраны промышленных образцов и их соотношение с произведениями декоративно-прикладного искусства

100 КАН ЕКАТЕРИНА ЭДУАРДОВНА

«Теневой искусственный интеллект» (Shadow AI) в клинической практике: правовые механизмы контроля за его несанкционированным использованием врачами

108 РАХМОНОВ ТОЛИБ ТУРГУН УГЛИ

Гражданско-правовая природа цифровых финансовых активов

115 БЕРДИБАЕВ САРДОР ЕРКАБОЙ УГЛИ

Animus fraudandi: доктринально-правовые основы доказывания обхода закона в международном частном праве

121 ЖУРАКУЛОВА ХИЛОЛА УКТАМ КИЗИ

Регресс как важный и необходимый элемент системы гражданско-правовой ответственности

127 РАХИМОВ ЖАЛОЛИДДИН ХАЙТБОЙ УГЛИ

Характеристика договорных основ осуществления платежей посредством стейблкоинов

132 ОЛЛАБЕРГАНОВ ЖУРАТБЕК МАНСУРБЕК УГЛИ, ХАДЖИЕВ АЗИЗБЕК КАДАМБАЕВИЧ

Актуальные проблемы регулирования цифровых активов и электронных сделок в гражданском праве Республики Узбекистан

138 БАХРОМОВА НИЛУФАР ХОШИМОВНА

Совершенствование правовых механизмов противодействия мошенничеству и вводящим в заблуждение практикам в цифровом маркетинге: гражданско-правовой подход

145 САМАНДАРОВА ФЕРУЗА БАХРОМЖОН КИЗИ

Правовое регулирование договорных отношений в условиях перевода процесса государственных закупок в электронную форму

12.00.06 – ПРИРОДОРЕСУРСНОЕ ПРАВО. АГРАРНОЕ ПРАВО. ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ПРАВО

153 УЗАКОВА ГУЗАЛ ШАРИПОВНА

Роль и значение программы ООН по окружающей среде (ЮНЕП) в международном экологическом праве

161 КЕНЖАЕВ РУСТАМ ХАЙДАРОВИЧ

Роль и значение экологического контроля в использовании и охране земель сельскохозяйственного назначения

168 РАХМАТОВА ДИЛАФРУЗ ИХТИЁР КИЗИ

Фрагментарность правового регулирования обращения с электронными отходами

12.00.08 – УГОЛОВНОЕ ПРАВО. УГОЛОВНО-ИСПОЛНИТЕЛЬНОЕ ПРАВО

180 ПРИМОВ БАХТИЁР ОЛИМ УГЛИ

Использование криптовалюты в преступных целях: уголовно-правовые аспекты

185 ЖУМАНАЗАРОВА МАРЖОНА БОТИР КИЗИ

Уголовно-правовые проблемы дифференциации уголовной ответственности за преступления, совершённые по неосторожности: сравнительно-правовой анализ уголовного законодательства Германии и Франции

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

192 ХАЛИЛОВ ШОХРУХ МИРЗО БОЙМУРОД УГЛИ

Обвинительный уклон в расследовании: когнитивные причины, сравнительно-правовой анализ и процессуальные механизмы его устранения

12.00.10 – МЕЖДУНАРОДНОЕ ПРАВО

200 БАЗАРБАЕВА ШАХЛО РАХИМОВНА, РАСУЛОВ ЖУРАБЕК АБДУСАМИЕВИЧ

Кибервойна и кибероперации в международном праве: проблемы разграничения и правового регулирования

CONTENTS

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

- 11 **SAYDULLAEV SHAKHZOD ALIKHANOVICH**
The importance of monitoring the implementation of normative legal acts in identifying gaps in legislation
- 20 **ALLAYAROVA SOLIKHA NARZULLOEVA**
Theoretical and methodological foundations of legal hermeneutics
- 26 **SULTANOVA SABOKHAT ALISHEROVNA**
Theoretical and legal issues of improving regulatory impact assessment and legal monitoring
- 34 **UMAROVA IRODA MUKHAMEDOVNA**
Historical and legal stages of the social state formation

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

- 42 **MIRZAEV FAYZULLA IBODULLAEVICH**
Administrative and legal status of the financial intelligence unit in combating criminal income legalization
- 48 **ALIMOV BOTU BABIROVICH**
Formation and accountability of the government: the Uzbekistan model and foreign experience
- 57 **RAIMOV ELBEK BAHODIR UGLI, ABDUMUMINOVA SALOMAT OTABEKOVNA**
Legal analysis of the law of the Republic of Uzbekistan “On personal data”
- 63 **AZIMOV AZIMBEK AZIZBEK UGLI**
The importance of implementing regional “Roadmaps” in supporting youth employment

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

- 70 **RUZINAZAROV SHUKHRAT NURALIEVICH, TOSHKANOV NURBEK BAHRIDDINOVICH**
Trends in legal regulation of digital entrepreneurship
- 77 **BOZAROV SARDOR SOKHIBJONOVICH**
Civil liability of artificial intelligence systems: contemporary legal issues and regulatory approaches
- 86 **KHODJIEV YUNUS MUKHITDINOVICH**
Certain issues of renunciation of ownership rights to movable property
- 93 **SATVALDIEVA YULDUZKHON KHATAMJAN KIZI**
Issues of legal protection of industrial designs and their interrelation with works of decorative and applied art
- 100 **KAN EKATERINA EDUARDOVNA**
“Shadow artificial intelligence” (Shadow AI) in clinical practice: legal mechanisms for monitoring its unauthorized use by doctors
- 108 **RAKHMONOV TOLIB TURGUN UGLI**
Civil law nature of digital financial assets
- 115 **BERDIBAEV SARDOR ERKABOY UGLI**
Animus fraudandi: doctrinal legal foundations for proving evasion of law in private international law
- 121 **JURAKULOVA HILOLA UKTAM KIZI**
Regression is an important and necessary structural element of the system of civil law liability
- 137 **RAHIMOV JALOLIDDIN KHAYTBOY UGLI**
Characteristics of the contractual framework for payments using stablecoins

132 **OLLABERGANOV JURATBEK MANSURBEK UGLI, KHADJIEV AZIZBEK KADAMBAEVICH**
Current issues in the regulation of digital assets and electronic transactions in the civil law of the Republic of Uzbekistan

138 **BAKHROMOVA NILUFAR KHOSHIMOVNA**
Improving legal mechanisms for combating fraud and misleading practices in digital marketing: a civil law approach

145 **SAMANDAROVA FERUZA BAKHROMJON KIZI**
Legal regulation of contractual relations in the context of the digitalization of the public procurement process

12.00.06 – THE LAW OF NATURAL RESOURCES. AGRARIAN LAW.
ENVIRONMENTAL LAW

153 **UZAKOVA GUZAL SHARIPOVNA**
The role and significance of the United Nations Environment Programme (UNEP) in the international legal protection of the environment

161 **KENJAEV RUSTAM KHAYDAROVICH**
The role and significance of environmental control in the use and protection of agricultural land

168 **RAKHMATOVA DILAFRUZ IKHTIYOR KIZI**
Fragmentariness of legal regulation of electronic waste management

12.00.08 – CRIMINAL LAW. CRIMINAL-EXECUTIVE LAW

180 **PRIMOV BAKHTIYOR OLIM UGLI**
Criminal use of cryptocurrency: criminal-legal aspects

185 **JUMANAZAROVA MARJONA BOTIR KIZI**
Criminal-legal problems of differentiating criminal liability for crimes committed due to negligence: a comparative-legal analysis of German and French criminal legislation

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

192 **KHALILOV SHOHRUH MIRZO BOYMUROD UGLI**
Accusation bias in criminal investigations: cognitive causes, comparative legal analysis, and procedural mechanisms for its elimination

12.00.10 – INTERNATIONAL LAW

200 **BAZARBAEVA SHAKHLO RAKHIMOVNA, RASULOV JURABEK ABDUSAMIEVICH**
Cyberwarfare and cyber operations in international law: problems of delimitation and legal regulation

Kelib tushgan / Получено / Received: 07.07.2026
Qabul qilingan / Принято / Accepted: 04.08.2026
Nashr etilgan / Опубликовано / Published: 26.08.2026

DOI: <https://dx.doi.org/10.51788/tsul.jurisprudence.6.4./FRK18792>

UDC: 347.7:366.5:659.1(045)(575.1)

RAQAMLI MARKETINGDA FIRIBGARLIK VA CHALG'ITUVCHI AMALIYOTLARGA QARSHI HUQUQIY MEKANIZMLARNI TAKOMILLASHTIRISH: FUQAROLIK-HUQUQIY YONDASHUV

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 uchraydigan firibgarliklar va iste'molchilarning erkin hamda ongli tanloviga salbiy ta'sir ko'rsatuvchi yashirin marketing hiylalari, jumladan, chalg'ituvchi reklama, yashirin reklama (native advertising), soxta sharhlar, inflyuenser marketingdagi shaffoflik muammolari, behavioral targeting, shuningdek, boshqa manipulyativ raqamli amaliyotlarning fuqarolik-huquqiy mohiyati kompleks tahlil qilingan. Tadqiqotda mazkur huquqbuzarliklarning iste'molchilar huquqlariga ta'siri, ularni fuqarolik-huquqiy himoya qilishning nazariy va amaliy asoslari, shuningdek, O'zbekiston Respublikasi qonunchiligi hamda Yevropa Ittifoqi, AQSH va boshqa xorijiy davlatlar tajribasi qiyosiy-huquqiy tahlil asosida o'rganilgan. Shu bilan birga, raqamli marketing sohasida iste'molchilar huquqlarini samarali himoya qilish va fuqarolik-huquqiy javobgarlik mexanizmlarini takomillashtirishga qaratilgan ilmiy taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: raqamli marketing, raqamli marketing firibgarligi, marketing hiylalari, chalg'ituvchi reklama, yashirin reklama, behavioral targeting, inflyuenser marketing, soxta sharhlar

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРАВОВЫХ МЕХАНИЗМОВ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ МОШЕННИЧЕСТВУ И ВВОДЯЩИМ В ЗАБЛУЖДЕНИЕ ПРАКТИКАМ В ЦИФРОВОМ МАРКЕТИНГЕ: ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОЙ ПОДХОД

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

Аннотация. В настоящей статье проведён комплексный анализ гражданско-правовой природы мошеннических и скрытых маркетинговых практик в сфере цифрового маркетинга, оказывающих негативное воздействие на свободный и осознанный выбор потребителей, включая вводящую в заблуждение рекламу, скрытую рекламу (native advertising), поддельные отзывы, проблемы прозрачности в инфлюенсер-маркетинге, поведенческий таргетинг (behavioral targeting), а также иные манипулятивные цифровые практики. В исследовании на основе сравнительно-правового анализа рассмотрены влияние указанных правонарушений на права потребителей, теоретические и практические основы их гражданско-правовой защиты, а также законодательство Республики Узбекистан и опыт Европейского союза, США и других зарубежных государств. Наряду с этим разработаны научные предложения и рекомендации, направленные на эффективную защиту прав потребителей в сфере цифрового маркетинга и совершенствование механизмов гражданско-правовой ответственности.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, мошенничество в цифровом маркетинге, маркетинговые уловки, вводящая в заблуждение реклама, скрытая реклама, поведенческий таргетинг, инфлюенсер-маркетинг, поддельные отзывы

IMPROVING LEGAL MECHANISMS FOR COMBATING FRAUD AND MISLEADING PRACTICES IN DIGITAL MARKETING: A CIVIL LAW APPROACH

Bakhromova Nilufar Khoshimovna,

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

Abstract. The article provides a comprehensive civil-law analysis of fraud and covert marketing practices in the field of digital marketing that adversely affect consumers' freedom of choice and ability to make informed decisions. These practices include misleading advertising, native advertising, fake reviews, transparency issues in influencer marketing, behavioural targeting, and other manipulative digital practices. The study examines the impact of such violations on consumer rights, as well as the theoretical and practical foundations of civil-law protection available to consumers. It also conducts a comparative legal analysis of the legislation of the Republic of Uzbekistan and the approaches adopted in the European Union, the United States, and other foreign jurisdictions. In addition, the article develops scholarly proposals and recommendations aimed at ensuring effective protection of consumer rights in digital marketing and improving mechanisms of civil liability.

Keywords: digital marketing, digital marketing fraud, marketing tricks, misleading advertising, hidden advertising, behavioral targeting, influencer marketing, fake reviews

Kirish

Raqamli marketing munosabatlarida reklama faoliyati mazkur munosabatning asosiy o'zagi sanaladi. Shu nuqtayi nazardan reklama tushunchasining huquqiy tabiatini aniqlash raqamli marketingda uchraydigan firibgarlik, manipulyativ ta'sir va boshqa marketing hiylalarini baholashda muhim nazariy ahamiyat kasb etadi. Milliy sivilist olim B.K. Xodjayevning (2009) ta'kidlashicha, reklama tovar ishlab chiqaruvchi (sotuvchi, ish bajaruvchi yoki xizmat ko'rsatuvchi) tomonidan har qanday shaklda va har qanday vositalar yordamida nomuayyan shaxslar doirasiga yo'llangan tovarlarni sotish, ishlar bajarish yoki xizmatlar ko'rsatish haqidagi ofertaga chaqiriq hisoblanadi. Shuningdek, olimning fikricha, tovarlar, ishlar, xizmatlar yoki ularning ishlab chiqaruvchilari haqida iste'molchilarda qiziqish uyg'otishga qaratilgan axborot reklama axboroti sifatida e'tirof etiladi.

Mazkur yondashuvdan kelib chiqib aytish mumkinki, reklama faqat ma'lumot yetkazish vositasi emas, balki iste'molchining muayyan iqtisodiy qaror qabul qilishiga ta'sir ko'rsatuvchi huquqiy va kommunikativ mexanizm ham hisoblanadi. Ayniqsa, raqamli muhitda reklama

sun'iy intellekt, algoritmik tavsiyalar, behavioral targeting, inflyuenser marketing va personallashtirilgan kontent orqali tarqatilishi natijasida uning iste'molchi ongi va irodasiga ta'sir qilish imkoniyatlari yanada kengaymoqda. Bu esa reklama va marketing faoliyatining qonuniy ta'sir o'tkazish chegarasi bilan firibgarlik, manipulyatsiya va boshqa nohalol marketing amaliyotlari o'rtasidagi huquqiy chegaralarni aniq belgilash zaruratini keltirib chiqaradi.

Bu boradagi ilmiy manbalarda ham ko'plab g'oyalarni ko'rish mumkin. Jumladan, *Tina Vukasović va Kristina Ljubičićning "XXI asrda marketing manipulyatsiyasi"* maqolasida mualliflar manipulyatsiyaning asosiy sabablaridan biri iste'molchining reklama ortidagi haqiqiy maqsadni anglamasligi ekanligini ta'kidlaydilar. Ko'p hollarda manipulyatsiya yashirin bo'lib, iste'molchi uni sezmaydi (Vukasović & Ljubičić, 2021). Mualliflarning asosiy g'oyasi shundan iboratki, zamonaviy marketingning ayrim shakllari iste'molchining ehtiyojini qondirishdan ko'ra uning qaror qabul qilish jarayoniga ta'sir ko'rsatishga qaratilgan. Ular manipulyativ reklama kompaniya va iste'molchi o'rtasidagi kuchlar muvozanatini buzishini ta'kidlaydilar.

Daniel Greissning “Avstraliya huquqida raqamli bozor manipulyatsiyasiga qarshi huquqiy choralarni takomillashtirish” mavzusidagi ilmiy manbasi raqamli marketingda firibgarlik, manipulyatsiya va iste’molchilar huquqlarini himoya qilish sohasidagi eng muhim nazariy tadqiqotlardan biri hisoblanadi. Muallifning ta’kidlashicha, Raqamli bozor manipulyatsiyasi tijorat subyektlari tomonidan amalga oshirilishi mumkin. Katta hajmdagi ma’lumotlarni tahlil qilish vositasida mazkur subyektlar iste’molchilarning o’z manfaatlariga muvofiq ratsional qaror qabul qilish jarayonidan chetga chiqishiga sabab bo’luvchi umumiy va individual kognitiv og’ishlarni aniqlash imkoniyatiga ega bo’ladilar (Greiss, 2021). Muallif ta’kidlaydiki, raqamli platformalar iste’molchilarni aynan ularning eng himoyasiz holatida nishonga olishi mumkin. Bu g’oya targetlangan reklama va mikrotargetingni huquqiy cheklash uchun nazariy asos bo’lib xizmat qiladi.

Muallif xulosasiga ko’ra, iste’molchilarning o’z ma’lumotlari ustidan nazoratini kuchaytirish maqbul va maqsadga muvofiq chora bo’lsa-da, u raqamli bozor manipulyatsiyasi bilan bog’liq barcha zararlarni bartaraf etish uchun yetarli emas. Buning sabablaridan biri shundaki, raqamli platformalar bozori maxfiylik huquqining an’anaviy, ya’ni shaxsga yo’naltirilgan modeli ahamiyatini ma’lum darajada kamaytirib qo’ydi (Greiss, 2021).

“Raqamli marketingda qo’llanadigan yashirin marketing hiylalari va iste’molchilar ongiga ta’sir ko’rsatish mexanizmlari” mavzusida olib borilgan tadqiqot ishida mualliflar raqamli marketingdagi manipulyativ ta’sir (Dark Patterns) konsepsiyasini tahlil etadilar. Asosiy g’oya shundan iboratki, raqamli marketingdagi firibgarlik har doim ham to’g’ridan to’g’ri yolg’on axborot berish shaklida namoyon bo’lavermaydi (Jain et al., 2021). Ko’p hollarda iste’molchining qaror qabul qilish jarayoni interfeys dizayni orqali boshqariladi. Tadqiqotchilar raqamli marketingdagi manipulyativ ta’sirni iste’molchini o’zi odatda qabul qilmaydigan qarorlarni qabul qilishga undaydigan aldatchi interfeys yechimlari sifatida ta’riflaydilar.

Maqolada raqamli marketingdagi manipulyativ ta’sirning asosiy maqsadi iste’molchining kognitiv xatolaridan, psixologik zaifliklaridan hamda tez qaror qabul qilish xususiyatidan foydalanish ekanligi ta’kidlanadi. Bu g’oya Rayan Caloning

“Raqamli bozorni manipulyatsiya qilish nazariyasi” bilan hamohangdir. Mualliflarning fikricha, iste’molchi qarorni mustaqil qabul qilyapman deb o’ylaydi, ammo amalda uning tanlovi oldindan loyihalashtirilgan interfeys orqali shakllantiriladi. Buni o’z navbatida iste’molchi avtonomiyasining buzishi deb baholash mumkin.

Asosiy qism

Manipulyativ interfeyslarning keng tarqalgan turlaridan biri “yashirin qo’shib yuborish” (*Sneaking*) hisoblanadi. Yashirin qo’shib yuborish bu foydalanuvchining aniq rozilgisiz yashirin to’lovlar, obunalar yoki qo’shimcha xarajatlarni xarid jarayoniga kiritish amaliyotidir. Ushbu usul elektron tijoratda keng qo’llanib, unda korxonalar mahsulotni rasmiylashtirish (*checkout*) bosqichida qo’shimcha yig’imlar yoki xizmat haqlarini qo’shib qo’yishadi. Bu mexanizm xarid jarayoniga muayyan vaqt va kuch sarflagan iste’molchining psixologik holatidan foydalanadi. Chunki tanlov uchun vaqt va resurs sarflab bo’lgan foydalanuvchi so’nggi bosqichda kutilmagan qo’shimcha xarajatlarni ko’rsa ham, xaridni bekor qilish ehtimoli past bo’ladi (Mathur et al., 2019).

Manipulyativ interfeyslarning yana bir turi “majburiy davom ettirish” (*Forced Continuity*) deb ataladi. Bu amaliyotda korxona mijozning aniq rozilgisiz, dastlabki davr (odatda bepul yoki chegirmali sinov muddati) tugaganidan so’ng ham avtomatik ravishda to’lov undirishni davom ettiradi. Mazkur usul quyidagi omillarga tayanaadi: mijozning obuna haqida unutib qo’yishi, bepul xizmatning pullik ko’rinishga o’tganini sezmay qolishi hamda obunani bekor qilish jarayonining murakkablashtirilgani. Shu tariqa, iste’molchi o’z xohishiga zid ravishda xizmat uchun haq to’lashga majbur bo’ladi (Mandal & Chatterjee, 2022). Majburiy davom ettirish iste’molchining ongli roziligi tamoyilini buzib, raqamli marketingdagi manipulyativ harakatlar sirasiga kiradi.

Qopqon interfeysi (*Roach Motel*) – bu shunday manipulyativ dizayn usuliki, unda xizmatga yoki obunaga a’zo bo’lish juda oson, ammo undan chiqish yoki obunani bekor qilish ataylab qiyinlashtiriladi. Bu atama tarakanlar uchun mo’ljallangan tuzoqqa qiyos qilinadi: “Tuzoqqa kirish oson, lekin undan chiqib ketishning iloji yo’q”. Bongard-Blanchy va uning hammualliflari ta’kidlashicha, ayrim kompaniyalar ushbu usulni quyidagicha amalga oshiradilar:

– obunani bekor qilish uchun mijozdan qo'llab-quvvatlash xizmatiga qo'ng'iroq qilishni talab etish;

– foydalanuvchini bir nechta murakkab sahifalar ketma-ketligidan o'tishga majbur qilish;

– obunani bekor qilish tugmasini ko'zdan xilvat yoki yashirin joyga joylashtirish (Bongard-Blanchy et al., 2021).

Demak, aytish mumkinki, bunday tuzoq interfeyslar iste'molchining shartnomani erkin bekor qilish huquqini cheklaydi hamda vijdonli tadbirkorlik tamoyillariga zid hisoblanadi.

Chalg'itish (*Misdirection*) interfeysi – bu veb-sayt yoki mobil ilovada foydalanuvchi diqqatini biznes uchun maqbul deb ko'rsatilgan variantga qaratgan holda, unga foydaliroq bo'lgan boshqa muqobillarni yashirish yoki ahamiyatsiz qilib ko'rsatish amaliyotidir. Ushbu usulda vizual dizayn va interfeys elementlari orqali iste'molchining e'tibori maqsadli ravishda boshqariladi.

Natijada kompaniya uchun manfaatli variantlar yaqqol ajratib ko'rsatiladi, iste'molchi uchun foydali muqobillar esa yashiriladi yoki tushunish qiyin bo'lgan shaklga keltiriladi. Leyzerning ta'kidlashicha, mazkur texnika insonning kognitiv xatolaridan foydalanib, iste'molchini qimmatroq mahsulot sotib olishga yoki odatda rozi bo'lmaydigan shartlarga rozilik berishga undaydi (Leiser, 2024). Demak, chalg'itish interfeysi iste'molchining to'liq va xolis axborot asosida erkin qaror qabul qilish huquqiga salbiy ta'sir ko'rsatadi.

"Yashirin axborot" (*Hidden Information*) interfeysida ayrim veb-saytlar muhim ma'lumotlarni ataylab yashiradi yoki ularni topishni qiyinlashtiradi. Bunday ma'lumotlar sirasiga quyidagilar kiradi: tovarni qaytarish tartibi, qo'shimcha to'lovlar, yashirin yig'imlar, ma'lumotlarni uchinchi shaxslarga berish shartlari. Mathur va uning hammualliflari ta'kidlashicha, mazkur amaliyot ko'pincha maxfiylik sozlamalarida uchraydi. Kompaniyalar ma'lumotlarni yig'ishdan voz kechish (*opt-out*) imkoniyatini ataylab murakkablashtiradilar (Mathur et al., 2024). Yashirin axborot iste'molchining to'liq va ishonchli axborot olish huquqini buzadi hamda noto'g'ri reklama va aldamchi marketingning yashirin shakli sifatida baholanishi mumkin.

"Ijtimoiy tasdiq va soxta shoshilinchlik" (*Social Proof & Fake Urgency*) usuli foydalanuvchilarga

yolg'on yoki bo'rttirilgan xabarlarni ko'rsatish orqali ularni shoshilinch qaror qabul qilishga undashga qaratilgandir. Masalan: "Atigi 1 ta xona qoldi!", "Hozir ushbu mahsulotni 15 kishi ko'rmoqda!", "So'nggi bir soatda 20 marta sotib olindi!" kabi bildirishnomalar shular jumlasidanidir. Mazkur usul insonlarda imkoniyatni boy berish qo'rquvini (*FOMO*) uyg'otadi. Bunda haqiqiy yoki soxta taqchilik signallaridan foydalanilishi mumkin.

Grey va uning hammualliflari tadqiqotiga ko'ra, bunday taktikalar iste'molchilarda mahsulotni qo'ldan chiqarib yuborish xavotirini shakllantirib, xarid ehtimolini sezilarli darajada oshiradi (Gray et al., 2018). Shu jihatdan, ushbu usullar raqamli marketingdagi manipulyativ interfeyslarning eng xavfli turlaridan biri hisoblanadi, chunki ular iste'molchining erkin va ongli qaror qabul qilish qobiliyatiga to'g'ridan to'g'ri ta'sir ko'rsatadi.

"Aybdorlik hissi orqali majburlash" (*Confirm-shaming*) manipulyativ interfeysning muhim turlaridan biri bo'lib, foydalanuvchini muayyan qaror qabul qilishga undash uchun muqobil variantni salbiy, nomaqbul yoki uyatli qilib ko'rsatish amaliyotidir. Mazkur usulda foydalanuvchi taklif qilingan tanlovdan voz kechgan taqdirda: o'zini aybdor his qilishi, uyalishi yoki noto'g'ri qaror qabul qilayotgandek sezishi uchun manipulyativ tildan foydalaniladi. Masalan, qalqib chiquvchi oynada (*pop-up*) "Yo'q, men pul tejashni xohlamayman" yoki "Yo'q, men maxsus takliflardan voz kechaman" kabi iboralar qo'llanadi. Bongard-Blanchy va uning hammualliflari ta'kidlashicha, mazkur usul foydalanuvchilarning hissiyotlariga ta'sir ko'rsatib, biznes uchun maqbul bo'lgan qarorni qabul qilishga bosim o'tkazadi (Bongard-Blanchy et al., 2021). Aybdorlik hissi orqali majburlash iste'molchining erkin va ongli tanlov qilish huquqini cheklovchi manipulyatsiya hisoblanadi.

Manipulyativ interfeyslarning yana bir keng tarqalgan turi "o'lja bilan jalb qilish va almashtirish" (*Bait and Switch*) deb ataladi. Bu iste'molchini jozibador taklif bilan jalb etib, amalda esa boshqa mahsulot, xizmat yoki shartlarni taqdim etish amaliyotidir. Mazkur usulda avval foydalanuvchining qiziqishi jozibali taklif orqali uyg'otiladi, so'ng tranzaksiyani yakunlash bosqichida boshqa shartlar yoki mahsulotlar taklif

qilinadi. Bunga ko'p uchraydigan misol: foydalanuvchi tugmani bosganda muayyan amaliyot bajarilishini kutadi, ammo u mutlaqo boshqa sahifaga yo'naltiriladi. Leyzerning fikricha, mazkur usul eng aldamchi marketing amaliyotlaridan biri hisoblanadi, chunki u iste'molchining ishonchini poymol qiladi va e'tirozlarini keltirib chiqaradi (Leiser, 2024). O'lja bilan jalb qilish va almash-tirish an'anaviy iste'molchilar huquqini himoya qilish sohasida ham aldamchi reklama shakli sifatida baholanadi. Raqamli marketingda esa u iste'molchini chalg'itishning eng keng tarqalgan ko'rinishlaridan biridir.

Manipulyativ interfeysning yana bir turi "majburiy harakat" bo'lib, bu foydalanuvchini asosiy funksiyalardan foydalanish yoki oddiy amallarni bajarish uchun qo'shimcha harakatlarni amalga oshirishga va shaxsiy ma'lumotlarini taqdim etishga majbur qilish amaliyotidir. Bunga quyidagilar misol bo'ladi: ijtimoiy tarmoqlarda kontentni majburiy ulashish, oddiy funksiyadan foydalanish uchun majburiy akkaunt yaratish, elektron pochtaga majburiy obuna bo'lish, ortiqcha shaxsiy ma'lumotlarni taqdim etish, xizmatdan foydalanishni muayyan shartlarga bog'lash. Majburiy harakat (*Forced Action*) iste'molchining erkin roziligi prinsipini buzadi. Ayniqsa, shaxsiy ma'lumotlarni yig'ish bilan bog'liq holatlarda mazkur amaliyot foydalanuvchining maxfiylik huquqiga jiddiy tahdid solishi mumkin.

Manipulyativ interfeysning yana bir turi "maxfiylikni aldov yo'li bilan oshkor qilish" (*Privacy Zuckering*) deb ataladi. Bu atama Facebook asoschisi Mark Sukerberg (*Mark Zuckerberg*) familiyasi bilan bog'liq holda shakllangan bo'lib, foydalanuvchilarni o'zlari xohlaganidan ko'ra ko'proq shaxsiy ma'lumotlarni oshkor qilishga undash amaliyotini anglatadi. Mazkur usulda maxfiylik sozlamalari ataylab murakkablashtiriladi, tushunish qiyin bo'lgan interfeyslar yaratiladi hamda foydalanuvchilarni o'z ma'lumotlarini ko'proq ulashishga undaydigan dizayn yechimlari qo'llanadi. Mathur va uning hammualiflari ta'kidlashicha, ijtimoiy tarmoq platformalari ko'pincha maxfiylik sozlamalarini menyularning chuqur qismiga yashiradi, bu esa foydalanuvchilarning o'z ma'lumotlarini himoya qilishini qiyinlashtiradi (Mathur et al., 2024). Maxfiylikni aldov yo'li bilan oshkor qilish raqamli marketingdagi eng xavfli manipulyativ usullardan

biri hisoblanadi, chunki u: shaxsiy ma'lumotlarni himoya qilish huquqini buzadi, xabardor qilingan rozilik (*informed consent*) prinsipiga zid keladi, ma'lumotlarning ortiqcha yig'ilishiga olib keladi. Fuqarolik-huquqiy nuqtayi nazardan mazkur amaliyot iste'molchining shaxsiy hayoti daxlsizligi va axborotga oid huquqlariga tajovuz qilishning raqamli shakli sifatida baholanishi mumkin.

Yuqoridagi nazariy tahlil asosida O'RQ-776-sonli Qonunning ayrim normalarini tahlil etib o'tamiz. Raqamli marketingdagi aldamchi usullar va marketing hiylalari an'anaviy reklama munosabatlaridan tubdan farq qiladi. Shu bois O'RQ-776-sonli Qonunda raqamli marketing sohasidagi ayrim huquqbuzarliklarga nisbatan bilvosita qo'llanishi mumkin bo'lgan umumiy normalar mavjud.

Jumladan, Qonunning 5-moddasida yashirin reklama – reklamadan foydalanuvchining idrokiga uning o'zi anglamagan holda ta'sir ko'rsatuvchi reklama sifatida ta'riflangan. Mazkur norma nazariy jihatdan yashirin reklama (*subliminal advertising*), psixologik ta'sir o'tkazuvchi vositalar va ayrim manipulyativ interfeys (*dark pattern*) texnologiyalariga nisbatan tatbiq etilishi mumkin. Biroq ushbu ta'rif algoritmik tavsiyalar, sun'iy intellekt asosida shaxsiylashtirilgan reklama, interfeys orqali manipulyatsiya qilish va psixologik profilashtirish kabi zamonaviy raqamli texnologiyalarni to'liq qamrab olmaydi.

Shuningdek, mazkur moddada noto'g'ri reklama tushunchasi ham belgilangan bo'lib, u reklamadan foydalanuvchilarni chalg'ituvchi axborot sifatida ta'riflanadi. Bu norma soxta aksiyalar, sun'iy ravishda oshirilgan chegirmalar, yolg'on sharhlar va boshqa aldamchi reklama usullariga nisbatan qo'llanishi mumkin. Biroq algoritmik manipulyatsiya yoki iste'molchining kognitiv xususiyatlaridan foydalanish orqali ta'sir o'tkazish holatlari ushbu norma bilan to'liq qamrab olinmaydi.

Qonunning 18-moddasida reklama boshqa axborotlardan ajratib ko'rsatilishi shartligi belgilangan. Mazkur qoida inflyuenser marketingi, bloggerlar reklamasi va nativ reklamalarga nisbatan muayyan huquqiy asos yaratadi. Shunda qaramay, qonunchilikda "inflyuenser", "homiylilik kontenti", "reklama integratsiyasi" kabi tushunchalarning keltirilmagani ushbu munosabatlarga huquqiy baho berishda muayyan qiyinchiliklarni keltirib chiqaradi.

Amaldagi Qonunning asosiy kamchiligi raqamli marketing sohasida yuzaga kelgan yangi huquqiy kategoriyalarning umuman nazarda tutilmagani bilan izohlanadi. Xususan, qonunchilikda “raqamli marketing”, “algoritmik reklama”, “targetlangan reklama”, “mikrotargeting”, “psixologik profilashtirish”, “avtomatlashtirilgan qaror qabul qilish”, “manipulyativ interfeyslar” (*dark patterns*), “*inflyuenser marketing*” hamda “neyromarketing” kabi tushunchalar o‘z aksini topmagan. Bu esa raqamli muhitda iste’molchilar huquqlarini buzishning zamonaviy shakllarini huquqiy kvalifikatsiya qilish va ularga qarshi samarali ta’sir mexanizmlarini qo‘llash imkoniyatlarini cheklaydi.

Bizningcha, raqamli marketing sohasida iste’molchilar huquqlarini samarali himoya qilish uchun O‘RQ–776-sonli Qonunning bir qator normalarini takomillashtirish zarur (Republic of Uzbekistan, 2022).

Avvalo, Qonunning 5-moddasiga “raqamli marketing” tushunchasini kiritish maqsadga muvofiq. Ushbu tushunchani raqamli texnologiyalar, internet tarmog‘i, ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar, sun‘iy intellekt tizimlari va boshqa elektron platformalar orqali tovarlar hamda xizmatlarni ilgari surishga qaratilgan marketing faoliyati sifatida belgilash lozim.

Shu bilan birga, mazkur moddaga “manipulyativ raqamli reklama” tushunchasini ham kiritish lozim. Ushbu tushunchani iste’molchining erkin va ongli tanloviga ta’sir ko‘rsatish maqsadida uning psixologik xususiyatlari, kognitiv zaifliklari yoki shaxsiy ma’lumotlaridan foydalangan holda amalga oshiriladigan reklama sifatida ta’riflash mumkin.

Qonunning 16-moddasida nazarda tutilgan taqiqlar ro‘yxatiga iste’molchining erkin tanlovini cheklashga qaratilgan algoritmik va interfeys manipulyatsiyalaridan (*dark patterns*) foydalanishni taqiqlovchi qo‘shimcha norma kiritish maqsadga muvofiqdir. Bu yondashuv Yevropa Ittifoqining “Raqamli xizmatlar to‘g‘risidagi akti” (*Digital Services Act*) qoidalariga ham to‘liq mos keladi. Shuningdek, mazkur moddaga iste’molchining shaxsiy ma’lumotlari yoki psixologik profilidan uning xabardor qilingan roziligisiz reklama maqsadlarida foydalanishni taqiqlovchi qoidani kiritish lozim. Bu Yevropa ittifoqi tomonidan 2016-yilda qabul qilingan va 2018-yil 25-may-

dan kuchga kirgan “Ma’lumotlarni himoya qilish bo‘yicha umumiy reglament” (*GDPR*) va Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkilotining (*OECD*) “Iste’molchilarni raqamli muhitda himoya qilish bo‘yicha” tavsiyalariga muvofiq keladi (European Parliament, & Council of the European Union, 2016).

Qonunning 16-moddasida nazarda tutilgan taqiqlar ro‘yxatiga iste’molchining erkin tanlovini cheklashga qaratilgan algoritmik va interfeys manipulyatsiyalaridan (*dark patterns*) foydalanishni taqiqlovchi qo‘shimcha norma kiritish maqsadga muvofiqdir. Bu yondashuv Yevropa Ittifoqining “Raqamli xizmatlar to‘g‘risidagi akti” (*Digital Services Act*) qoidalariga ham to‘liq mos keladi (European Parliament, & Council of the European Union, 2022). Shuningdek, mazkur moddaga iste’molchining shaxsiy ma’lumotlari yoki psixologik profilidan uning xabardor qilingan roziligisiz reklama maqsadlarida foydalanishni taqiqlovchi qoidani kiritish lozim. Bu Yevropa Ittifoqi tomonidan 2016-yilda qabul qilingan va 2018-yil 25-maydan kuchga kirgan “Ma’lumotlarni himoya qilish bo‘yicha umumiy reglament” va Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkilotining “Iste’molchilarni raqamli muhitda himoya qilish bo‘yicha” tavsiyalariga muvofiq keladi.

Shu bilan birga, O‘RQ–776-sonli Qonunning 18-moddasini raqamli muhit xususiyatlaridan kelib chiqqan holda kengaytirish alohida ahamiyatga ega. Xususan, internet tarmog‘i, ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar va boshqa raqamli platformalarda tarqatiladigan reklama “Reklama”, “Homiylik kontenti” (*Sponsored*) yoki shu ma’nodagi boshqa belgilar orqali aniq ajratib ko‘rsatilishi shartligi belgilab qo‘yilishi lozim.

Nihoyat, Qonunda yangi 18¹-moddani kiritish orqali targetlangan reklama va algoritmik shaffoflik institutini joriy etish taklif etiladi. Mazkur moddada reklama beruvchilarning iste’molchilarga nima sababdan aynan ushbu reklama ko‘rsatilayotgani haqida ma’lumot berish majburiyati va algoritmik qarorlar shaffofligini ta’minlash talablari mustahkamlanishi lozim.

Xulosa

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, “Reklama to‘g‘risida”gi O‘RQ–776-sonli Qonun an’anaviy reklama munosabatlarini tartibga solish uchun yetarli huquqiy asoslarni yaratgan bo‘lsa-da, raqamli marketing sohasida yuzaga kelayotgan

zamonaviy xavf-xatarlarni to'liq qamrab olmaydi. Ayniqsa, algoritmik manipulyatsiya, mikrotargeting, psixologik profillashtirish, inflyuenser marketing va *dark patterns* (yashirin interfeys manipulyatsiyalari) kabi usullarga qarshi maxsus huquqiy mexanizmlarning mavjud emasligi iste'molchilar huquqlarini himoya qilish samardorligini pasaytirmoqda.

Shu sababli Qonunning 5-, 16-, 17- va 18-moddalariga raqamli marketingga oid maxsus normalarni kiritish, shuningdek, algoritmik shaffoflik va manipulyativ raqamli reklama institutlarini joriy etish raqamli iqtisodiyot sharoitida iste'molchilar huquqlarini himoya qilishning milliy huquqiy modelini shakllantirishga xizmat qiladi.

REFERENCES

- Bongard-Blanchy, K., Rossi, F., Çelik, E., Lenz, E., & Stevens, G. (2021). Dark patterns and the legal requirements of informed consent: An interdisciplinary analysis. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5(CSCW2), Article 320.
- European Parliament, & Council of the European Union. (2016). Regulation (EU) 2016/679 of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data (General Data Protection Regulation). *Official Journal of the European Union*, L 119, 1–88. <http://data.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>
- European Parliament, & Council of the European Union. (2022). Regulation (EU) 2022/2065 of 19 October 2022 on a Single Market for Digital Services (Digital Services Act). *Official Journal of the European Union*, L 277, 1–102. <http://data.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj>
- Gray, C. M., Kou, Y., Battles, B., Hoggatt, J., & Toombs, A. L. (2018). The dark (patterns) side of UX design. *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems — CHI '18*, 1–14. <https://doi.org/10.1145/3173574.3174108>
- Greiss, D. (2021). Addressing digital market manipulation in Australian law. *Australian National University Journal of Law and Technology*, 2(2). <https://anujolt.org/article/30202-addressing-digital-market-manipulation-in-australian-law>
- Jain, S., Chaurasia, S., Joshi, M., & Vishwakarma, Y. (2021). *Dark patterns in digital marketing and consumer manipulation*. <https://doi.org/10.51767/ic250208>
- Leiser, M. (2024). *Illuminating manipulative design: From dark patterns to informed consent*. VU University Amsterdam, Faculty of Law.
- Mandal, S., & Chatterjee, S. (2022). Dark patterns in digital marketing: Impact on consumer trust and ethical concerns. *Journal of Consumer Ethics*, 6(1), 45–58.
- Mathur, A., Acar, G., Friedman, M. J., Lucherini, E., Mayer, J., Chetty, M., & Narayanan, A. (2019). Dark patterns at scale: Findings from the crawl of 11K shopping websites. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 3(CSCW), Article 81. <https://doi.org/10.1145/3359183>
- Mathur, A., Narayanan, A., & Mayer, J. (2024). A systematic review of dark patterns and digital nudging. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 31(2), Article 18.
- Republic of Uzbekistan. (1996, April 26). *On protection of consumer rights (Law No. 221-I)*. Lex.uz. <https://lex.uz/docs/-4704>
- Republic of Uzbekistan. (2019, July 2). *On personal data (Law No. LRU-547)*. Lex.uz. <https://lex.uz/docs/-4396419>
- Republic of Uzbekistan. (2022, June 7). *On Advertising (Law No. LRU-776)*. Lex.uz. <https://lex.uz/docs/6052631>
- Vukasović, T., & Ljubičić, K. (2021). Marketing manipulation in the 21st century. *Proceedings of the 5th International Scientific Conference ITEMA 2021*, 103–110. <https://doi.org/10.31410/ITEMA.2021.103>
- Xodjayev, B. K. (2009). *Reklama xizmati ko'rsatishga oid shartnomalarni fuqarolik huquqiy tartibga solish muammolari* [Problems of civil law regulation of advertising service contracts] [Candidate dissertation]. Tashkent State Institute of Law.

YURISPRUDENSIYA

HUQUQIY ILMIY-AMALIY JURNALI

2026-YIL 4-SON

VOLUME 6 / ISSUE 4 / 2026

DOI: <https://dx.doi.org/10.51788/tsul.jurisprudence.6.4>.

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