



Dynamics of legal relations in social networks: analysis and prospects of civil legislation

Sadokat SAFOEVA¹

Judicial Collegium for Civil Cases of the Tashkent City Court

ARTICLE INFO

Article history:

Received July 2023
Received in revised form
15 July 2023
Accepted 25 July 2023
Available online
15 August 2023

Keywords:

legal obligations,
social networks,
civil law,
digital reality,
user agreement,
protection of user rights,
adaptation of legislation.

ABSTRACT

In accelerated digitalization, legal obligations in social networks are becoming a key aspect of civil law. They are a complex issue that requires the continuous adaptation of legislation to the rapidly changing digital world. The general characteristics of these legal relationships are determined by the terms of use and the user agreement that govern the relationship between the user and the social network. This study highlights the importance of studying and regulating the law of obligations in the context of social networks in order to ensure fairness, protect user rights, and effectively function in the digital society.

2181-1415/© 2023 in Science LLC.

DOI: <https://doi.org/10.47689/2181-1415-vol4-iss6/S-pp145-156>

This is an open access article under the Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

Ijtimoiy tarmoqlarda majburiy-huquqiy munosabatlar dinamikasi: fuqarolik qonunchiligining tahlili va istiqbollari

ANNOTATSIYA

Kalit so'zlar:

majburiyat-huquqiy munosabatlar, ijtimoiy tarmoqlar, fuqarolik huquqi, raqamli reallik, foydalanuvchi shartnomasi, foydalanuvchi huquqlarini himoya qilish, qonunchilikni moslashtirish.

Shiddat bilan rivojlanib borayotgan raqamlashtirish davrida ijtimoiy tarmoqlardagi majburiyat-huquqiy munosabatlar fuqarolik qonunchiligi tartibga solishi zarur bo'lgan dolzarb masalalardan biriga aylanmoqda. Ayni paytda mazkur munosabatlar tez o'zgarib borayotgan raqamli dunyoga qonunchilikni uzluksiz moslashtirishni talab qiladigan murakkab masala hisoblanadi. Ushbu huquqiy munosabatlarni umumiy xususiyatlari foydalanish shartlari hamda foydalanuvchi va ijtimoiy tarmoq o'rtasidagi munosabatlarni tartibga soluvchi foydalanuvchi shartnomasi bilan belgilanadi. Ushbu tadqiqot

¹ Candidate of Legal Sciences, Judge of the Judicial Collegium for Civil Cases of the Tashkent City Court.
E-mail: sadokatsafojeva@gmail.com

qonuniylikni ta'minlash uchun ijtimoiy tarmoqlar kontekstida majburiyat-huquqiy munosabatlarini o'rganish va tartibga solishning ahamiyatini hamda raqamli jamiyatning samarali faoliyat yuritishida tarmoq foydalanuvchilarning huquqlarini himoya qilish muhimligini ta'kidlaydi.

Динамика обязательствно-правовых отношений в социальных сетях: анализ и перспективы гражданского законодательства

АННОТАЦИЯ

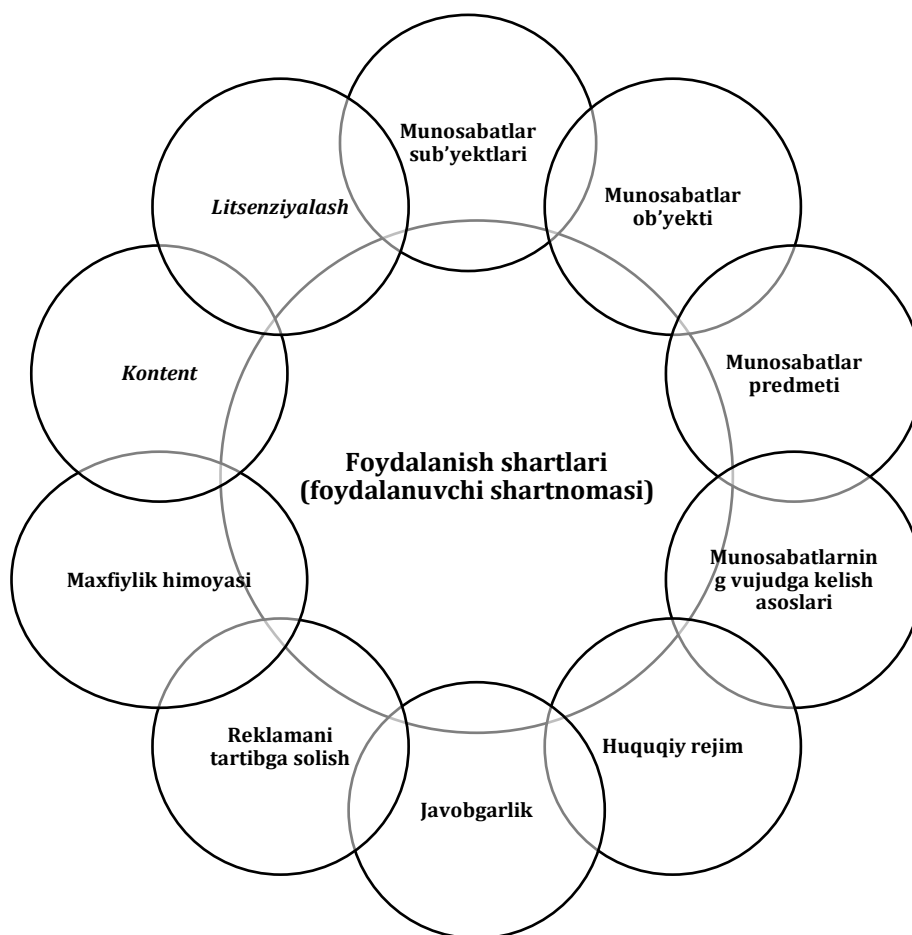
Ключевые слова:

обязательственно-правовые отношения, социальные сети, гражданское законодательство, цифровая реальность, пользовательское соглашение, защита прав пользователей, адаптация законодательства.

В свете ускоренной цифровизации, обязательствано-правовые отношения в социальных сетях становятся ключевым аспектом гражданского законодательства. Они представляют собой сложную проблему, требующую непрерывной адаптации законодательства к быстро меняющемуся цифровому миру. Общая характеристика этих правовых отношений определяется условиями использования и пользовательским соглашением, которые регулируют отношения между пользователем и социальной сетью. Данное исследование подчеркивает значимость изучения и регулирования обязательствано-правовых отношений в контексте социальных сетей для обеспечения справедливости, защиты прав пользователей и эффективного функционирования цифрового общества.

KIRISH

Ijtimoiy tarmoqlar doirasida vujudga keladigan majburiyat-huquqiy munosabatlar o'z tabiatiga ko'ra murakkab va ko'p qirrali bo'lib, qonunchilik normalarini raqamli dunyoning dinamik o'zgaruvchan kontekstiga doimiy ravishda moslashtirish va takomillashtirishni talab qiladi. Shu nuqtai nazardan qaraganda ijtimoiy tarmoqlardagi majburiyat-huquqiy munosabatlarning umumiy tavsifi asosan foydalanuvchi va ijtimoiy platforma o'rtasidagi o'zaro munosabatlarni tartibga soluvchi foydalanish shartlari yoki foydalanuvchi kelishuvi bilan belgilanadi. Agar munosabat sub'yekti akkaunt orqali raqamli platformadan foydalanish huquqiga ega bo'lsa, u nisbiy huquqiy munosabatlar kontekstida foydalanuvchi sifatida qaraladi. Mutlaq huquqiy munosabatlar ijtimoiy tarmoqdagi akkauntga bo'lgan sub'yektiv fuqarolik huquqi bilan belgilanadi, bu akkauntga va undagi ma'lumotlarga kirish huquqiga, akkauntidan foydalanish va uning huquqiy maqomini aniqlash imkoniyatiga asoslanadi (egasi akkauntni o'chirish, uni boshqa shaxsga o'tkazish yoki uni begonalashtirish va h.k. huquqlariga ega). [16]. Oldimizga qo'yilgan muammolarni samarali hal qilish uchun ko'rib chiqilayotgan huquqiy munosabatlarning asosiy jihatlarini bevosita o'rganish muhim ahamiyatga ega (*1-rasm*).



1-rasm. Ijtimoiy tarmoqlardagi majburiyat-huquqiy munosabatlari xususiyatlarining elementlari (manba: muallif)

Bularga munosabatlarning sub'yektlari, munosabatlar ob'yekti, munosabatlarning predmeti, munosabatlarning asosi, huquqiy rejim, javobgarlik, reklamani tartibga solish, maxfiy ma'lumotlarni muhofaza qilish, kontent va litsenziyalash kabi elementlar kirishi mumkin. Bu ijtimoiy tarmoqlar kontekstida huquqiy munosabatlarning tuzilishi va amal qilish mexanizmlarini chuqur tushunish imkonini beradi.

Asosiy qism

Ijtimoiy tarmoqlarda majburiyat-huquqiy munosabatlar sub'yektlari. Ijtimoiy tarmoqdagi akkaunt egasi va elektron platformaga bo'lgan huquqlarning egasi, shuningdek, akkaunt egasi va ijtimoiy tarmoqning boshqa foydalanuvchilari (ijtimoiy tarmoq egasi, akkaunt yoki sahifa egasi, foydalanuvchi, ishtirokchi (obunalar), regulyator (davlat va o'zini o'zi boshqarish), reklama beruvchi). Polshalik olimlari – E. Mixalkevich-Kadzela va E. Milcharek tomonidan olib borilgan tadqiqotlar natijalari *raqamli identifikatsiyalash va akkauntlarni yaratishning huquqiy tabiatini hisobga olgan holda juda foydali bo'ldi.* Tadqiqotchilarning ta'kidlashicha, Internet raqamli muhitida inson o'ziga xosligini aniqlash imkoniyatini beradi, bu esa ushbu yangi muhitning shaxsiy faoliyatiga ta'sirini va ularning oqibatlarini tahlil qilish zaruratini keltirib chiqaradi. Mualliflar raqamli identifikatsiyani Inson huquqlari to'g'risidagi Yevropa konvensiyasining (IHTYK) 8-moddasiga asoslanib, inson identifikatori bilan munosabatlari kontekstida o'rgandilar. Tadqiqotning asosiy maqsadi raqamli va haqiqiy

identifikatsiya o'rtasidagi munosabatni aniqlash, shuningdek, internetning faqat raqamli identifikatsiyaga xos bo'lgan o'ziga xos huquqiy asoslar va himoya usullarini ishlab chiqishga ta'siri haqidagi savolga javob berishga qaratilgan. Shuningdek, tadqiqot raqamli identifikatsiyani yaratish uchun zarur bo'lgan huquqiy vositalarni aniqlashga va ularni qo'llashning huquqiy chegaralarini aniqlashga qaratilgan [7]. Mualliflarning ta'kidlashicha, "inson o'ziga xosligi" va "raqamli o'ziga xoslik" o'rtasidagi munosabatni to'g'ri aniqlash uchun ushbu masalalarga aniqlik kiritish kerak. Ularning ta'kidlashicha, "akkaunt" ko'rinishidagi inson o'ziga xosligi nisbatan yangi inson huquqi bo'lib, u IHTYKning 8-moddasi 1-qismi asosida paydo bo'lib, shaxsiy va oilaviy hayotni, uy-joy va yozishmalarni hurmat qilish huquqini beradi [3]. Biroq, bu huquq allaqachon xalqaro miqyosda e'tirof etilgan va Yevropa Ittifoqi qoidalariga kiritilgan bo'lib (Yevropa Ittifoqining Asosiy huquqlar Xartiyasini ko'ring), ushbu holat uni universal huquqqa aylantiradi.

Huquqiy manbalarni kuzatganimizda, P. Windley, S. Sallivan [12] va S. Stall-Bourdillon [15] tadqiqotlariga ko'ra, munosabatlar sub'yektlari – bular ijtimoiy tarmoqdagi akkaunt egalari va elektron platformaga bo'lgan huquqlar – "shaxs" va ob'yektni o'ziga xos tarzda tavsiflovchi va ular o'rtasidagi aloqalar haqidagi ma'lumotlarni o'z ichiga olgan ma'lumotlar majmui sifatida ta'riflanadi. Ijtimoiy tarmoqlardagi munosabatlar sub'yektlarini tavsiflovchi ma'lumotlarga ism va familiya, elektron pochta, telefon raqami, yashash joyi va boshqa shaxsiy ma'lumotlar kiradi. Bundan tashqari, ma'lumotlarda do'stlar, obunachilar, nashrlar, sharhlar va foydalanuvchining platformada amalga oshiradigan boshqa faoliyati haqidagi ma'lumotlar ham bo'lishi mumkin. Ijtimoiy tarmoq akkauntlari egalari elektron platformadan turli maqsadlarda foydalanishlari mumkin, masalan, do'stlar va hamkasblar bilan muloqot qilish, ma'lumot olish, reklama kampaniyalarini o'tkazish va hokazo. Har bir maqsad platforma ma'lumotlari va xususiyatlaridan foydalanish uchun turli huquqlarni talab qilishi mumkin.

Shunga asoslanib, biz raqamli identifikatsiya – bu kibermakonda qoldirilgan, individuallik va uning atributlari haqidagi g'oyani shakllantiradigan tashqi ma'lumotlar to'plami degan xulosaga kelishimiz mumkin.

O. Ertscheid o'z tadqiqotlarida huquqiy munosabatlar sub'yektining "raqamli izlari" ni ko'rib chiqadi, bu esa sub'yektning qiyofasini, uning iste'molchi xatti-harakatlarini, afzalliklari va qiziqishlarini (tegishli veb-saytlar orqali), shuningdek g'oyalar va fikrlarni aks ettiruvchi matn yoki deklarativ izlarni aniqlashtirishga imkon beradi [3]. Ko'p hollarda raqamli identifikatsiya "haqiqiy" o'ziga xoslik asosida yaratiladi va u bilan o'zaro ta'sir qiladi, tabiatan bir hil bo'ladi. Bunday raqamli identifikatsiyaga misol qilib, shaxs o'z familiyasi ostida ishlaganda, masalan, *Facebook*, *LinkedIn* va hokazolarda ijtimoiy tarmoq *profilining identifikatori* tizimlarida foydalaniladigan identifikatsiya hisoblanadi.

Biroq, ijtimoiy tarmoqlardagi akkauntlarning huquqiy tabiati ularni potensial qo'llash uchun ma'lum chegaralar va mezonlarga ega. Asosiy mezonlar xususiy yoki ommaviy shaxsining maqomi (ommaviy shaxslarining shaxsiy hayoti boshqalarning shaxsiy hayotiga qaraganda kamroq darajada himoyalangan), axborotning tabiati (shaxsiy yoki professional) va axborotning demokratik jamiyat uchun ahamiyatidir (masalan, so'z va axborot erkinligi, adolat, sog'liqni saqlash, ilmiy yoki tarixiy tadqiqotlar yoki statistik maqsadlar bilan bog'liq). Shunday qilib, fuqarolik-huquqiy tadqiqotlar

sub'yektning maqomi, axborotning tabiati va uning demokratik jamiyat uchun ahamiyati kabi turli omillarni hisobga olgan holda raqamli identifikatsiyani yaratish bo'yicha huquqiy bazani belgilash va o'rnatish qiyinligini ta'kidlanadi. Raqamli identifikatsiyani tahlil qilish muhim ahamiyatga ega, chunki u raqamli va "haqiqiy" identifikatsiya o'rtasidagi munosabatlarni, shuningdek, ularning raqamli makonda shaxsning huquq va erkinliklariga ta'sirini tushunishga yordam beradi. Ushbu munosabatlarni *tushunish* va tegishli huquqiy asoslar va vositalarni aniqlash raqamli muhitda fuqarolarning huquqlarini himoya qilish strategiyalari va tavsiyalarini ishlab chiqish imkonini beradi, ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar va boshqa platformalar kontekstida shaxsiy ma'lumotlar va uning atributlari tahdidlar va ehtimoliy suiiste'mollikka duch kelishi mumkin.

Ijtimoiy tarmoqlarda majburiyat-huquqiy munosabatlar ob'yektlari. Ijtimoiy tarmoqlardagi majburiyat- huquqiy munosabatlarida ijtimoiy tarmoq, akkaunt, profil, rejimlar (real yoki virtual mulk), raqamli aktivning holati, platformada saqlanadigan va qayta ishlanadigan ma'lumotlarni o'z ichiga olgan munosabat ob'yektlari mavjud. Ushbu ma'lumotlar foydalanuvchi haqidagi ma'lumotlarni o'z ichiga olishi mumkin, masalan, ism, familiya, yashash joyi, aloqa ma'lumotlari, fotosuratlar, xabarlar, yoqtirishlar, postlar va foydalanuvchilar ijtimoiy tarmoqlarga taqdim etadigan boshqa ma'lumotlar. Bundan tashqari, ijtimoiy tarmoqlarda matnli xabarlar kabi oddiy ob'yektlar va guruhlar yoki jamoalar kabi murakkab ob'yektlar bo'lishi mumkin, ular turli xil ma'lumotlar va funksiyalarni o'z ichiga olishi mumkin, masalan, muhokamalar, ovoz berish, tadbirlar va hokazo.

K. Nekitning tadqiqotlari virtual mulk kontekstida ijtimoiy tarmoq akkauntlarining o'ziga xos xususiyatlarini to'liq aks ettiradi. Mazkur olimning tadqiqot tahlili shuni ko'rsatdiki, unda virtual mulk tushunchasi va ijtimoiy tarmoqlardagi akkauntlarning virtual mulk ob'yekti sifatida maqomini aniqlash uchun huquqiy xususiyatlarini ko'rib chiqib xulosaga kelish imkoni mavjud. Shuningdek, uning tadqiqotida virtual mulkning mohiyatini va raqamli aktivlarga nisbatan egasining huquqiy maqomining o'ziga xos xususiyatlarini o'rganilgan hamda raqamli aktivlar sifatida ko'rib chiqilishi kerak bo'lgan ob'yektlar toifalarini belgilangan. Tahlil ijtimoiy tarmoqlardagi akkauntlarning texnik va huquqiy tabiati nuqtai nazaridan olib boriladi, ularning Inson huquqlari va asosiy erkinliklarini himoya qilish to'g'risidagi konvensiyaning 1-sonli bayonnomasiga asosan "egalik" sifatida ko'rib chiqilishi mumkinligi o'rganiladi. Ijtimoiy tarmoqlarda akkauntlardan foydalanishning huquqiy jihatlari, jumladan, biznes akkauntlariga bo'lgan huquqlarni farqlash va ularni meros qilib olish masalalari o'rganiladi. Bundan tashqari, u turli mamlakatlarning raqamli aktivlarning o'limdan keyingi taqdirini aniqlashga bo'lgan yondashuvlarini tahlil qiladi va ijtimoiy tarmoq akkauntlarini meros qilib olingan mulkning bir qismi sifatida ko'rib chiqishning umumiy tendensiyasini ochib beradi. Tadqiqot natijalariga ko'ra, ijtimoiy tarmoqlardagi akkauntlarga *egalik qilish rejimini qo'llash* foydalanuvchi huquqlarining tegishli huquqiy himoyasini ta'minlashi mumkin [8].

Ijtimoiy tarmoqlarda majburiyat-huquqiy munosabatlarning predmeti. Akkaunt orqali raqamli platformadan foydalanish huquqi, undagi ma'lumotlarga kirish, samarali foyda olish va akkauntning yuridik taqdirini hal qilish uchun akkaunt dan foydalanish imkoniyati.

Ijtimoiy tarmoqlardagi majburiyat-huquqiy munosabatlarning predmeti quyidagi jihatlarni o'z ichiga oladi:

- akkaunt orqali raqamli platformadan foydalanish huquqi, jumladan, akkaunt yaratish va o'chirish, profilni tahrirlash va boshqa ijtimoiy tarmoq funksiyalaridan foydalanish.

- foydalanuvchi akkauntidagi ma'lumotlarga, shu jumladan shaxsiy ma'lumotlarga, ommaviy yozuvlarga, kontentga va boshqa ma'lumotlarga kirish.

- akkaunt dan samarali foyda olish uchun foydalanish imkoniyati, masalan, reklama kampaniyalari, tadqiqot va boshqa maqsadlar uchun ma'lumotlarni to'plash.

- akkauntning huquqiy taqdirini, shu jumladan akkauntga egalik huquqini, akkauntni boshqa foydalanuvchiga o'tkazishni, shuningdek, akkaunt egalari va ijtimoiy tarmoqlar foydalanuvchilarining huquq va majburiyatlarini buzganlik uchun javobgarlikni belgilash.

Huquqiy munosabatlarni vujudga kelish asoslari. Ijtimoiy tarmoq foydalanuvchisi tomonidan ijtimoiy tarmoqqa bo'lgan huquq egasi bilan akkaunt orqali raqamli platformadan foydalanish huquqini berish to'g'risida shartnoma (shartnoma) tuzish natijasida ham majburiyat-huquqiy munosabatlar vujudga keladi.

Ijtimoiy tarmoqlarda shartnoma munosabatlari mavzusida ko'plab tadqiqotlar mavjud. Masalan, M. Perela (Filmar), N. Elkin-Koren va J. De Gregorio tomonidan 2021-yilda nashr etilgan "Ijtimoiy media shartnomaviy tarmoqlar sifatida: kontent moderatsiyasini quyidan yuqoriga tekshirish" tadqiqotida ijtimoiy tarmoqlar o'rtasidagi platformalar va foydalanuvchilarning shartnoma munosabatlari muhokama qilinadi. Mualliflar o'z tadqiqotlarida platforma shartnomalarini shartnoma tarmoqlari sifatida talqin qilishni va akkauntlarni o'chirish yoki blokirovka qilish to'g'risida qaror qabul qilishdagi platformalar va foydalanuvchilar o'rtasidagi munosabatlarning murakkabligini hisobga olishni taklif qiladilar. Platformalar va foydalanuvchilar o'rtasidagi shartnomaviy munosabatlarni shartnoma tarmoqlari sifatida talqin qilish sudlarga ushbu murakkablikni hisobga olish va akkauntlarni o'chirish yoki blokirovka qilish to'g'risidagi qarorlar tarmoq ishtirokchilarining shartnomaviy umidlariga mos kelishini va ularning umumiy maqsadiga erishishiga hissa qo'shishini baholash imkonini beradi.

Ijtimoiy tarmoqqa bo'lgan huquq egasi foydalanuvchilarning shaxsiy ma'lumotlarini saqlash va uzatish xavfsizligini ta'minlashi, foydalanuvchining shaxsiy ma'lumotlarini qayta ishlashga roziligini olishi va foydalanuvchiga uning shaxsiy ma'lumotlariga kirishini ta'minlashi, shuningdek foydalanuvchilarning shaxsiy ma'lumotlaridan foydalanish bo'yicha shaffof axborot siyosatini amalga oshirishi shart. Ijtimoiy tarmoq foydalanuvchisi raqamli platformadan foydalanish qoidalariga rioya qilishi, boshqa foydalanuvchilarning huquq va manfaatlarini buzmaslik, taqiqlangan ma'lumotlarni tarqatmaslik shart.

Huquqiy rejim. Ijtimoiy tarmoqdagi akkauntning huquqiy rejimi deganda ijtimoiy tarmoqdagi akkaunt dan foydalanish va unda saqlangan ma'lumotlarga kirishni tartibga soluvchi huquqiy munosabatlar tushuniladi. U akkaunt va undagi ma'lumotlarga kimlar egalik qilishini, foydalanuvchilar qanday huquq va majburiyatlarga ega ekanliklarini, ular ma'lumotlardan qanday foydalanishlari mumkinligini, foydalanuvchi huquqlari uchun qanday himoya choralari mavjudligini va hokazolarni belgilaydi. Umuman olganda, ijtimoiy tarmoq akkauntining huquqiy rejimi ushbu aloqa va axborot almashish vositasidan foydalanishning huquqiy asoslarini belgilaydi.

Ijtimoiy tarmoqdagi akkauntning huquqiy rejimi ijtimoiy tarmoqdan foydalanish *shartlari* va foydalanuvchi joylashgan mamlakat qonunchiligi bilan belgilanadi. Nisbiy huquqiy munosabatlar nuqtai nazaridan, foydalanuvchi o'z akkaunti orqali raqamli platformadan foydalanish huquqiga ega. Mutlaq huquqiy munosabatlar sharoitida ijtimoiy tarmoqdagi akkauntga nisbatan sub'yektiv fuqarolik huquqining o'ziga xosligi shaxsning tegishli raqamli ob'yekt egasi sifatidagi vakolatlari bilan belgilanadi.

Yuridik adabiyotlarda ushbu mavzu bo'yicha juda ko'p ishlar nashr etilgan bo'lsa-da, ijtimoiy tarmoqlarning huquqiy rejimini aniqlash masalasi hali hanuz munozarali bo'lib chuqur va keng qamrovli tadqiqotlarni talab qiladi. Normativ kontekstda normalar asosan o'z vazifasiga ko'ra internet bo'shliqlarini tartibga solishga bag'ishlangan. Ularda OAV vositalarini tartibga soluvchi organlar, shuningdek, internet-kontent va aloqalarni tartibga solish uchun mas'ul bo'lgan keng vakolatlarga ega bo'lgan ixtisoslashgan organlar faoliyatining tahlili kiradi. Ushbu tadqiqotlar raqamli muhitda tartibga solish va nazorat qilish bo'yicha yondashuvlarning xilma-xilligiga, shuningdek, turli tartibga soluvchilarning harakatlarini tashkil etish va muvofiqlashtirish bilan bog'liq murakkabliklarga e'tibor qaratadi.

Masalan, huquqiy rejim nazariyasi va amaliyotining turli jihatlarini chuqur va har tomonlama ko'rib chiqish E. Vauters, E. Livens va P. Valke asarlarida mavjud bo'lib, **E. Wauters, E. Lievens** va **P. Valke** asarlarida media makonida foydalanish shartlari mavjud bo'lib, ular standart shartnomalar va ularning munosabatlarini ilmiy asoslab beradi. Mualliflar *Facebookdan foydalanish shartlarini tahlil qiladi*, ularning huquqiy me'yorlarga muvofiqligini baholaydi hamda foydalanuvchilar va platformalar huquq va majburiyatlari o'rtasidagi nomutanosiblikni bartaraf etish bo'yicha tavsiyalar beradilar. Fuqarolik jamiyati tomonidan ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish shartlariga e'tibor kuchayib borayotganini hisobga olib, tadqiqotda asosiy e'tibor ushbu shart-sharoitlarni foydalanuvchilar uchun ko'pincha tushunish qiyin bo'lib, ulardan foydalanishning mumkin bo'lgan oqibatlarini baholashni qiyinlashtiradi.

Shu bilan birga, boshqa tadqiqotchilar, masalan **K. Sarikakis** va **L. Vinter** ijtimoiy tarmoqlarning huquqiy rejimi kontekstida xavfsizlik, ommaviy axborot vositalarini tartibga solish, maxfiylik va onlayn xavfsizlik masalalarini ko'rib chiqadi. Huquqni anglash konsepsiyasiga asoslangan holda, tadqiqot ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari shaxsiy daxlsizlikni huquq sifatida qanday tushunishlarini va bilan bog'liq kundalik hayotlaridagi chaqiriqlarga qanday munosabat qilishlarini tahlil qilish uchun fokus-guruh suhbatlarini o'z ichiga oladi.

Ijtimoiy tarmoqlarning huquqiy rejimi kontekstida qayd etilgan tadqiqotlar ijtimoiy media platformalarini tartibga solishning huquqiy mexanizmlarini ishlab chiqish va anglashga sezilarli hissa qo'shdi. Ushbu ishlar standart shartnomalar, foydalanish shartlari, maxfiylik va foydalanuvchilarning raqamli huquqlari o'rtasidagi aloqadorlikka ham oydinlik kiritadi. Tadqiqotlar raqamli makonda foydalanuvchilarning huquq va erkinliklarini himoya qilishni mustahkamlash bo'yicha tavsiyalar va strategiyalarni ishlab chiqish imkonini berdi, ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar va boshqa media platformalarning xususiyatlarini hisobga olgan holda, bunda foydalanuvchining shaxsiy daxlsizligi, xavfsizligi va qoidalariga rioya qilish masalalari huquqlariga e'tiborni kuchaytirib ko'rib chiqiladi.

Shunday qilib, adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, ijtimoiy tarmoqdagi akkauntning huquqiy rejimi tartibga solish, xavfsizlik va maxfiylikning turli jihatlariga ta'sir qiluvchi murakkab va ko'p qirrali hodisadir. Ushbu mavzu bo'yicha tadqiqotlar rivojlanishda davom etmoqda va bu esa o'z navbatida ijtimoiy media akkauntlari bilan bog'liq qonunchilik bazasini keyingi tadqiq qilish va tahlil qilish uchun asos bo'lib xizmat qilishi mumkin.

Yuridik javobgarlik. Ijtimoiy tarmoqlar ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish kontekstida yuzaga kelishi mumkin bo'lgan foydalanuvchilarning shaxsiy huquqlari, mualliflik huquqlari va boshqa huquqlarining buzilishi uchun javobgar bo'lishi mumkin.

Bunday holda, ijtimoiy tarmoqlar ushbu huquqlarni himoya qilish choralarini ko'rish va zararni qoplashga majbur bo'lishlari mumkin. (2) ijtimoiy tarmoq qoidalari yoki qonun hujjatlari talablari buzilgan taqdirda foydalanuvchi javobgarlikka tortilishi mumkin. Majburiyat-huquqiy munosabatlar foydalanuvchi ushbu munosabatga kirishar ekan, qanday qoidalarga rioya qilishi va ushbu qoidalar buzilgan taqdirda unga qanday javobgarlik yuklatilishi haqidagi savollarni o'z ichiga qamrab olishi mumkin.

Shu munosabat bilan pedagogikada D. Parrilli va G. Gangadharan tomonidan "Ijtimoiy tarmoqlarning huquqiy oqibatlarini" mavzusida tadqiqot olib borilmoqda, u intellektual huquqlar, tuhmat, shaxsga oid ma'lumotlarni himoya qilish va maxfiylikni buzish bo'yicha Amerika qonunchiligi doirasida ijtimoiy tarmoqlarning huquqiy oqibatlarini baholaydi. Maqolada ijtimoiy media provayderlari va foydalanuvchilari uchun yuridik javobgarlik masalalari yaqin o'tmishdagi sud amaliyoti va ba'zi bir muhim ishtirokchilar tomonidan qabul qilingan foydalanish shartlari va siyosat asosida tahlil qilinadi. Mualliflar, shuningdek, huquqiy xavflarni minimallashtirish bo'yicha eng yaxshi amaliyotlar va rahbariy tamoyillarni taqdim etadilar. Tadqiqotda muhokama qilingan asosiy masalalarning ba'zi birlari quyidagilardan iborat:

- **intellektual mulk huquqlarining buzilishi:** mualliflik huquqi va tovar belgilari kabi intellektual mulkka nisbatan huquqlarini buzish uchun ijtimoiy tarmoqlardan foydalanilishi mumkin;

- **tuhmat:** boshqa shaxslarning obro'siga putur etkazadigan yolg'on xabarlarini joylashtirish orqali ularga tuhmat qilish uchun ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish mumkin;

- **ma'lumotlarni himoya qilish va maxfiylik:** ijtimoiy tarmoqlar shaxsiy ma'lumotlarni to'plashi, foydalanishi va almashishi va bu ma'lumotlarni himoya qilish va maxfiylik bilan bog'liq muammolarni keltirib chiqarishi mumkin;

- **yuridik javobgarlik:** ijtimoiy media provayderlari va foydalanuvchilarining o'z platformalarida amalga oshirgan faoliyati uchun huquqiy javobgarligi.

Reklamani tartibga solish. Ijtimoiy tarmoqlar reklama platformalari bo'lib, shu nuqtai nazardan reklama beruvchilar va foydalanuvchilar o'rtasida shartnomaviy munosabatlar paydo bo'lishi mumkin. Ijtimoiy tarmoqlardan reklama qonunlariga rioya qilish, shuningdek, reklama xabarlarini uchun iste'molchilarni himoya qilish talab qilinishi mumkin. Bu qonuniy majburiyatlarga, jumladan, foydalanuvchi ma'lumotlaridan reklama maqsadlarida foydalanishga oid talablarga bog'liq bo'lishi mumkin. Bundan tashqari, ijtimoiy tarmoqlar boshqa kompaniya yoki tashkilotlar bilan hamkorlik shartnomalari tuzishi mumkin. Bu majburiyat huquqi bo'yicha munosabatlarning predmeti bo'lishi mumkin bo'lgan reklama yoki hamkorlikning boshqa shakllarini joylashtirishni o'z ichiga olishi mumkin.

M.I. Kuznetsov tomonidan ta'kidlanganidek, ijtimoiy tarmoqlarda majburiyat-huquqiy munosabatlarni tadqiq qilishda reklama tarqatuvchi va reklama beruvchi o'rtasida huquqiy munosabatlarning paydo bo'lishi uchun asoslar, ijtimoiy tarmoqlar foydalanuvchilari tarqatishi mumkin bo'lgan reklama ma'lumotlarining turfa xilligi, shuningdek, ularning ushbu reklama iste'molchilari oldidagi javobgarligi kabi masalalar mavjudligi aniqlandi.

Maxfiylikni himoya qilish. Ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari maxfiy ma'lumotlarni o'z ichiga olishi mumkin bo'lgan xabarlarini almashishlari mumkin. Shu nuqtai nazardan, ijtimoiy tarmoqlardan aloqalarning maxfiyligini himoya qilish, foydalanuvchilarning yozishmalariga noqonuniy kirishning oldini olish va foydalanuvchilarga shaxsiy hayotini himoya qilish vositalarini taqdim etish talab qilinishi mumkin.

J. Stoddart to'g'ri ta'kidlaganidek, ijtimoiy tarmoqlar davrida maxfiylik ko'pchilik uchun muhim muammoga aylandi. Ijtimoiy tarmoqlarning paydo bo'lishi bilan shaxsiy ma'lumotlarga imkon har qachongidan ham qulayroq bo'ldi va ijtimoiy tarmoqlar foydalanuvchi ma'lumotlarini qanday boshqarishi va himoya qilishi haqida xavotirlar kuchaydi. Natijada, ijtimoiy tarmoqlarning foydalanuvchi maxfiyligini himoya qilish bo'yicha qonuniy majburiyatlariga e'tibor kuchayadi. Ijtimoiy mediaga foydalanuvchilarning maxfiyligini himoya qilish uchun bir qator huquqiy majburiyatlar yuklatiladi. Eng muhim huquqiy majburiyatlardan biri foydalanuvchilarning shaxsiy ma'lumotlarini ruxsatsiz kirish, foydalanish yoki oshkor qilishdan himoya qilish majburiyatidir. Ijtimoiy media foydalanuvchi ma'lumotlarini kiberhujumlar, xakerlik yoki ma'lumotlar xavfsizligi buzilishining boshqa shakllaridan himoya qilish uchun tegishli xavfsizlik choralarini ko'rish kerak.

Kontent. Ijtimoiy tarmoqlarda matnlar, fotosuratlar, videolar va boshqalarni o'z ichiga olgan turli xil kontentni joylashtirish mumkin. Majburiyat-huquqiy munosabat doirasida ushbu kontentga bo'lgan huquqlar, jumladan mualliflik huquqi, tasvir huquqlari va boshqalar haqida savollar tug'ilishi mumkin. Foydalanuvchilar ijtimoiy tarmoqdan foydalanishdan oldin foydalanish shartlari yoki foydalanuvchi shartnomasiga aniq rozi bo'lishlari kerak. Ushbu shartnoma odatda foydalanuvchi shartlarni o'qib chiqqanligini va roziligini bildirish uchun bayroqchani yoki tugmani bosishni o'z ichiga oladi.

N. Hellberger va boshqalar, foydalanuvchilar va ijtimoiy tarmoqning o'zi o'rtasidagi munosabatlar o'rtasidagi chambarchas bog'liqlikni ta'kidlab, ijtimoiy tarmoqlarda joylashtirilgan kontent huquqiy munosabatlar ob'yektiga aylanishi mumkinligini va bu turli huquqiy jihatlarning paydo bo'lishiga olib kelishini ta'kidlashadi. Shunday jihatlardan biri, qonunga ko'ra, kontent muallifiga tegishli bo'lgan ijtimoiy tarmoqda yaratilgan kontentga bo'lgan huquqlardir. Biroq, ijtimoiy tarmoqlar o'zlarining kontentdan foydalanish siyosatiga ega bo'lishi mumkin, bu ma'lum kontentdan foydalanishga ruxsat beruvchi shartlarni nazarda tutadi. Ijtimoiy tarmoqlardagi ba'zi maxsus huquqiy muammolar – bu shaxsiy daxlsizlik huquqi, tuhmat, reklama qonuni, intellektual mulk huquqi va boshqalar.

Litsenziyalash. Ba'zi ijtimoiy tarmoqlar foydalanuvchilardan o'zlari joylashtiradigan kontentdan foydalanish uchun litsenziya talab qilishi mumkin. Bunday litsenziya ijtimoiy tarmoqqa kontentdan ma'lum maqsadlarda foydalanishga, masalan, o'z platformasini rag'batlantirish imkonini berishi mumkin.

Ijtimoiy media kontentini litsenziyalash – bu foydalanuvchi ijtimoiy tarmoqqa platformada joylashtirgan kontentdan foydalanish huquqini beradigan jarayondir. Bu ijtimoiy tarmoq o'z platformasini targ'ib qilish yoki boshqa maqsadlarda foydalanuvchi kontentdan foydalanishi uchun zarur bo'lishi mumkin. Aksariyat hollarda foydalanuvchilar ijtimoiy tarmoqqa o'z kontentidan foydalanish uchun maxsus bo'lmagan litsenziya beradilar. Bu foydalanuvchi o'z kontentiga bo'lgan huquqni saqlab qoladi va undan boshqa joylarda ham foydalanishda davom etishi mumkinligini anglatadi. Biroq, ijtimoiy tarmoq ham ushbu kontentdan o'z platformasida foydalanish huquqiga ega.

Ijtimoiy media kontentini litsenziyalashga misol qilib *Facebookdan foydalanish shartlarini aytib o'tish mumkin*. Ushbu shartlarga rioya qilgan holda, foydalanuvchi Facebookga kontent joylashtirganda, ular kompaniyaga ushbu kontentdan foydalanish uchun eksklyuziv bo'lmagan, bepul, o'tkazilishi mumkin bo'lgan va sublitsenziyalanadigan litsenziyani beradi. Bu shuni anglatadiki, Facebook o'z platformasini targ'ib qilish va foydalanuvchi kontentdan boshqa maqsadlarda foydalanish huquqiga ega.

Jeyson Chung nuqtai nazaridan, kontent foydalanuvchi tomonidan yaratilgan ma'lumotlardan alohida, chunki mualliflik va unga bo'lgan huquqlar muayyan platformadagi mualliflik huquqi litsenziyasi bilan belgilanishi mumkin. Odatda, kontentni yaratgan foydalanuvchi (masalan, o'zini suratga olgan) ushbu fotosuratning muallifligi va mualliflik huquqiga to'liq egalik qiladi. Biroq, foydalanuvchilar yuklab olingan kontentning mualliflik huquqi holatini o'zgartiruvchi foydalanish shartlari va foydalanuvchi litsenziya shartnomalarida belgilangan shartlardan xabardor bo'lmasligi mumkin.

Ijtimoiy tarmoqlardagi majburiyat-huquqiy munosabatlar yuqoridagi elementlardan tashqari, boshqa foydalanuvchilarning huquqlarining buzilishi yoki umuman shaxsiy huquq va erkinliklarining buzilishi bilan bog'liq elementlarni ham o'z ichiga olishi mumkin. Masalan, ijtimoiy tarmoqlar kamsitish va mualliflik huquqining buzilishiga qarshi kurashishga majbur bolishi mumkin. Shuningdek, ijtimoiy tarmoqlar foydalanuvchilari o'rtasida ularning profillaridagi kontentga, boshqa foydalanuvchilar tomonidan joylashtirilgan kontentga va hokazolarga bo'lgan huquqlari bilan bog'liq nizolar ham kelib chiqishi mumkin.

Umuman olganda, ijtimoiy tarmoqlarda yuzaga keladigan majburiyat-huquqiy munosabatlar o'zida foydalanuvchi tomonidan amalga oshiriladigan nazorat cheklovlari va yuridik majburiyatlarning mavjudligi bilan tavsiflanadigan kompleks shartnomaviy munosabatlarni aks ettiradi. Bu munosabatlarni to'liq tushunish uchun ularning yuridik majburiyatlarining mavjudligi, belgilangan shartnoma shartlari, foydalanuvchi roziligini olish zarurati, tegishli qonun hujjatlarining qo'llanilishi, shartnoma shartlarini bajarish mexanizmlari kabi asosiy xususiyatlarini hisobga olish zarur.

Bundan tashqari, foydalanuvchilar foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontentga egalik huquqi, maxfiylik, ma'lumotlarni himoya qilish va intellektual mulk qoidalari kabi qo'shimcha xususiyatlardan xabardor bo'lishlari kerak. Ushbu xususiyatlarning barchasini har tomonlama tushunish foydalanuvchilarga ijtimoiy tarmoq bilan huquqiy munosabatlar doirasidagi huquq va manfaatlarini tushunishga va zarur bo'lganda ularni himoya qilishga yordam beradi.

Xulosa qilib aytganimizda, murakkab va ko'p qirrali muammo bo'lgan ijtimoiy tarmoqlardagi majburiyat-huquqiy munosabatlarni tartibga soluvchi qonunchilikni takomillashtirish zarur. Bu munosabatlar dinamik bo'lib, ularni tartibga soluvchi qonunchilikni doimiy ravishda yangilab turish va raqamli dunyoning tez o'zgaruvchan voqeligiga moslashtirishni talab qiladi. Yuqorida qayd etib o'tganimizdek, ushbu huquqiy munosabatlarning umumiy xususiyatlari ko'p jihatdan foydalanish shartlari va foydalanuvchi va ijtimoiy tarmoq o'rtasidagi munosabatlarni tartibga soluvchi foydalanuvchi shartnomasi bilan belgilanadi.

Shu ma'noda raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi sharoitida ijtimoiy tarmoqlarda huquqiy munosabatlarni tartibga soluvchi aniq va shaffof huquqiy normalarni o'rnatish ustuvor vazifaga aylanmoqda. Mukammal huquqiy tartibga solish foydalanuvchilar va ijtimoiy platformalar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarning adolatliligi, shaffofligi va samaradorligini ta'minlashga yordam beradi. Xulosa qilib aytganda tahlil natijasida quyidagi tavsiyalarni aytib o'tish mumkin bo'ladi:

– raqamli dunyo kengayishi va o'zgarishi davom etar ekan, fuqarolik qonunchiligi tez o'zgaruvchan texnologik haqiqatlarga moslashishi kerak. Ijtimoiy tarmoqlarda majburiyat-huquqiy munosabatlar to'g'risidagi qonun hujjatlarini qayta ko'rib chiqish va takomillashtirib borish muntazam ravishda amalga oshirilishi kerak;

– ijtimoiy tarmoqlar foydalanuvchilarining huquq va manfaatlarini himoya qilish, ularning qonuniy majburiyatlarida sub'yektiv huquqlarini mustahkamlashga alohida e'tibor qaratish muhim ahamiyatga ega. Ushbu huquqlarni batafsil belgilash va takomillashtirish foydalanuvchiga ijtimoiy platformalardan foydalanishda katta huquqiy ishonchga ega bo'lish imkonini beradi;

– maxfiylik va shaxsga oid ma'lumotlarni himoya qilish ijtimoiy tarmoqlardagi majburiyat-huquqiy munosabatlarni kontekstida muhim element hisoblanadi. Shu bois qonun-qoidalar konfidensiallikni himoya qilish bilan bog'liq aniq ta'riflar va muhim kafolatlarni o'z ichiga olishi kerak;

– fuqarolik qonunchiligi ijtimoiy tarmoq operatorlari uchun aniq va samarali javobgarlik mexanizmlarini o'z ichiga olishi kerak. Bunga javobgarlikning aniq mezonlarini belgilash va huquqbuzarliklar uchun tegishli jazo choralari ko'rish kiradi.

Shunday qilib, nisbiy va mutlaq ma'noda huquqiy majburiyat munosabatlarning ta'kidlangan roli ularni raqamli kontekstda tartibga solishning muhimligini ko'rsatadi. Bu holat mazkur huquqiy munosabatlarning asosiy jihatlari, jumladan, munosabatlarning sub'yektlari va ob'yektlari, ularning asoslari, huquqiy rejimi, javobgarligi, reklamani tartibga solish, shaxsiy daxlsizlikni himoya qilish, mazmuni va litsenziyalanishini bevosita o'rganishga qaratilgan keyingi tadqiqotlar zarurligini ko'rsatadi. Bu ijtimoiy tarmoqlar doirasidagi huquqiy munosabatlarning tuzilmasi va faoliyat mexanizmlarini chuqur tushunish imkonini beradi hamda bu boradagi qonunchilik bazasini samarali shakllantirish va takomillashtirishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Convention for the Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms (European Convention on Human Rights). (1950). Council of Europe. https://www.echr.coe.int/documents/convention_eng.pdf

2. Elkin-Koren N., De Gregorio G., Perel M. Social Media as Contractual Networks: A Bottom Up Check on Content Moderation //Iowa L. Rev. – 2021. – T. 107. – C. 987.

3. Ertzscheid, O. (2016). What is digital identity?: Issues, tools, methodologies. OpenEdition press.URL: <https://platform.europeanmoocs.eu/users/3517/S6V3.english%20version.pdf>

4. Facebook. (n.d.). Terms of Service. Retrieved from <https://www.facebook.com/terms.php>

5. Helberger, Natali and Guibault, L. and Janssen, E. H. and van Eijk, N.A.N.M. and Angelopoulos, Christina and van Hoboken, Joris V. J. and van Hoboken, Joris V. J. and van Hoboken, Joris V. J., Legal Aspects of User Created Content (November 3, 2009). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1499333> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1499333>

6. Jason Cheung. (2018, July 9). Ownership of Content in Your Digital Life: Social Media Part 1. Retrieved from <https://digitaltattoo.ubc.ca/2018/07/09/ownership-of-content-in-your-digital-life-social-media-part-1/>

7. Michalkiewicz-Kadziela, E. & Milczarek, E. (2022). Legal boundaries of digital identity creation. Internet Policy Review, 11(1). <https://doi.org/10.14763/2022.1.1614>

8. Nekit K. et al. Social media account as an object of virtual property //Masaryk University Journal of Law and Technology. – 2020. – T. 14. – №. 2. – C. 201-226.

9. Parrilli, D.M., Gangadharan, G. (2018). Legal Implications of Social Networks. In: Alhaji, R., Rokne, J. (eds) Encyclopedia of Social Network Analysis and Mining. Springer, New York, NY. https://doi.org/10.1007/978-1-4939-7131-2_200

10. Sarikakis, K., & Winter, L. (2017). Social media users' legal consciousness about privacy. *Sage Open*, 7(1), 1–15. <https://doi.org/10.1177/2056305117695325>
11. Stoddart, Jennifer. "Privacy in the era of social networking: Legal obligations of social media sites." *Sask. L. Rev.* 74 (2011): 263.
12. Sullivan, C., & Stalla-Bourdillon, S. (2015). Digital identity and French personality rights—A way forward in recognizing and protecting an individual's rights in his/her digital identity. *Computer Law & Security Review*, 31(2), 268-279. URL: <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2015.01.002>
13. UNESCO. (2023). Guidelines for regulating digital platforms: A multistakeholder approach to safeguarding freedom of expression and access to information. Paper presented at the Internet for Trust – Towards Guidelines for Regulating Digital Platforms for Information as a Public Good Conference, Paris. Retrieved from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000384031.locale=en>
14. Wauters, E., Lievens, E., & Valcke, P. (2014). Protecting minors online: The need for a European legal framework in the digital age. *International Journal of Law and Information Technology*, 22(3), 254–294. URL: <https://doi.org/10.1093/ijlit/eau002>
15. Windley, P. J. (2005). Digital Identity: Unmasking identity management architecture (IMA). O'Reilly Media, Inc. URL:
16. A.F.Axmadullina, "Ijtimoiy tarmoqlardagi akkauntlarning fuqarolik-huquqiy ahamiyati". *Lex Russica* 12 (193) (2022): 130-144.
17. G.V. Yarmolovich, Ijtimoiy tarmoqlarda reklamani huquqiy tartibga solish muammolari // Rossiya va xalqaro huquq masalalari. – 2019. – T. 9. – Yo'q. 12-1. – S. 70-76.