

Perspectives on enhancing the theoretical and legal foundations of advertising practices in advocacy

Jasur NEMATOV¹

Tashkent State University of Law

ARTICLE INFO

Article history:

Received June 2025
Received in revised form
15 July 2025
Accepted 15 July 2025
Available online
25 August 2025

Keywords:

professional ethics of a
lawyer,
information policy,
mass media,
self-promotion,
advertising culture,
information dissemination,
public relations (PR),
free competition.

ABSTRACT

This article analyzes the legal regulation of freedom of information and advertising in advocacy from a comparative legal perspective. It conducts a comparative analysis of lawyers' rights and obligations regarding providing information and advertising their services under the legislation of the Republic of Uzbekistan, as well as examining global scholarly opinions and views on this issue. The article explores the principle of freedom of information and its impact on advocacy, legal restrictions on advertising in advocacy, and effective mechanisms for regulating advertising activities.

Based on advanced foreign experience, the article concludes by developing scientifically grounded conclusions and proposals aimed at improving the practice of disseminating information and conducting advertising within the framework of advocacy in the Republic of Uzbekistan.

2181-1415/© 2025 in Science LLC.

DOI: <https://doi.org/10.47689/2181-1415-vol6-iss4-pp17-25>

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>)

Адвокатлик фаолиятида реклама муносабатларининг назарий-ҳуқуқий асосларини такомиллаштиришга оид айрим қарашлар

АННОТАЦИЯ

Калит сўзлар:

адвокатнинг касб этикаси,
ахборот сиёсати,
оммавий ахборот
воситалари,
ўзини ўзи тарғиб қилиш,

Мазкур мақолада адвокатлик фаолиятида ахборот эркинлиги ва реклама институтининг ҳуқуқий тартибга солиниши масалалари қиёсий-ҳуқуқий жиҳатдан таҳлил этилган. Ўзбекистон Республикаси қонунчилигида адвокатларнинг ахборот бериш ва ўз хизматларини

¹ Doctor of Legal Sciences, Professor, Department of Court, Law Enforcement Agencies and Advocacy, Tashkent State University of Law.

реклама маданияти,
ахборот тарқатиш,
жамоатчилик билан
алоқалар (PR),
эркин рақобат.

реклама қилишдаги ҳуқуқ ва мажбуриятлари, шунингдек, бу борада дунё миқёсида олимларнинг фикрлари ва қарашлари қиёсий таҳлил қилинган. Мақолада ахборот эркинлиги принципи ва унинг адвокатлик фаолиятига таъсири, адвокатлик фаолиятида рекламани ҳуқуқий чеклаш масалалари ҳамда реклама фаолиятини тартибга солишнинг самарали механизмлари ўрганилган.

Мақола якунида эса илғор хорижий тажриба асосида Ўзбекистон Республикасида адвокатлик фаолияти доирасида ахборот тарқатиш ва реклама юритиш амалиёти тақомиллаштиришга қаратилган илмий асосланган хулосалар ва таклифлар ишлаб чиқилган.

Некоторые подходы к совершенствованию теоретико-правовых основ рекламных отношений в адвокатской деятельности

Ключевые слова:

профессиональная этика
адвоката,
информационная
политика,
средства массовой
информации,
самореклама,
культура рекламы,
распространение
информации,
связи с общественностью
(PR),
свободная конкуренция.

АННОТАЦИЯ

В настоящей статье с сравнительно-правовой точки зрения проанализированы вопросы правового регулирования института свободы информации и рекламы в адвокатской деятельности. Проведен сравнительный анализ прав и обязанностей адвокатов по предоставлению информации и рекламе своих услуг в законодательстве Республики Узбекистан, а также взглядов и мнений ученых в данной области на международном уровне. В статье изучены принципы свободы информации и их влияние на адвокатскую деятельность, вопросы правового ограничения рекламы в адвокатской практике, а также эффективные механизмы регулирования рекламной деятельности.

В заключение статьи на основе передового зарубежного опыта разработаны научно обоснованные выводы и предложения, направленные на совершенствование практики распространения информации и ведения рекламы в рамках адвокатской деятельности в Республике Узбекистан.

КИРИШ

Жамиятда ҳуқуқий давлат ва фуқаролик жамияти тамойилларини амалда қарор топтиришда адвокатура институтининг ўрни беқиёсдир. Ўзбекистон Республикаси Конституциясининг XXIV боби ва 141–142-моддаларида адвокатура фаолиятининг ҳуқуқий мақоми, унинг асосий вазифалари ҳамда давлат томонидан кафолатланган мустақиллик ва ҳимоя механизми аниқ ифодаланган. Мазкур нормаларга мувофиқ, адвокатура жисмоний ва юридик шахсларга малакали юридик ёрдам кўрсатиш учун фаолият юритади ва унинг фаолияти қонунийлик, мустақиллик ҳамда ўзини ўзи бошқариш каби принципларга асосланади. Адвокатнинг ўз касбий фаолиятини амалга оширишига ҳар қандай аралашув

қатъиян тақиқланади, адвокат шахси, шаъни ва касбий фаолияти давлат ҳимоясида бўлади.

Айнан шундай ҳуқуқий кафолатлар фонида адвокатнинг касбий мақоми, уни тўхтатиб туриш ёки қайта тиклаш масалалари ҳам долзарблик касб этиб, бу жараёнларнинг ҳуқуқий асослари, амалий татбиқи ва такомиллаштириш йўналишларини чуқур таҳлил қилиш зарурияти туғилмоқда. Мазкур мақолада айнан шу масалалар атрофлича ўрганилади.

МАТЕРИАЛ ВА ТАДҚИҚОТ УСУЛЛАРИ

Ишда мантиқий, қиёсий-ҳуқуқий, илмий манбаларни аниқ тадқиқ этиш статистик маълумотлар таҳлили, қонун ҳужжатларини шарҳлаш, қонунни қўллаш амалиётини ўрганиш каби усуллардан фойдаларилган.

НАТИЖАЛАР ВА УЛАРНИНГ МУҲОКАМАСИ

Бевосита қисқа тадқиқот ишимизга ўтадиган бўлсак, рақобат кучайиб бораётган замонавий ҳуқуқий муҳитда адвокатлик фаолиятида реклама муносабатларининг ҳуқуқий жиҳатдан тартибга солиниши алоҳида аҳамият касб этмоқда. Адвокатлар жисмоний ва юридик шахсларга малакали ҳуқуқий ёрдам кўрсатишда мустақил фаолият юритувчи шахслар сифатида хизмат кўрсатиш сифатини ошириш, ўз хизматлари ҳақида кенг жамоатчиликни хабардор этиш ва миқдорлар базасини кенгайтириш мақсадида реклама воситаларидан фойдаланишга эҳтиёж сезмоқдалар.

Бу борадаги юридик илмий адабиётларни ўрганиш ва таҳлил этиш шуни кўрсатмоқдаки, адвокатлик фаолиятида реклама муносабатларига оид фикр билдирган ўзбек ҳуқуқшунос олимларини топиш ўта қийин. Шу боис, чет эллик олимларнинг фикрларига тўхталишни лозим топдик.

Адвокатлик фаолиятида реклама масаласи мураккаб ва баҳсли тусга эга бўлиб, бунинг сабаби бир қатор омиллар билан изоҳланади. Хусусан, қуйидагиларни қайд этиш мумкин:

биринчидан, адвокатлик касбининг ўзига хослиги – адвокат ишонч билдирадиган шахс билан шахсий ва ишончга асосланган муносабат ўрнатади. Бу муносабатлар сир сақлаш, холислик ва касбий масъулият тамойиллари асосида шаклланади. Агар адвокат ўз хизматларини фақат реклама орқали кенг тарғиб қилса, мазкур касбий муносабатлар туб мазмуни бўлган ишончга путур етиши, фуқароларда адвокат шахсига нисбатан шубҳалар уйғониши мумкин.

иккинчидан, мустақиллик ва одиллик тамойили – адвокатлар фаолияти уларнинг ҳар қандай босим ва таъсирдан мустақил бўлишини талаб қилади. Агар адвокатлар ўзларини реклама воситасида тижорат ташкилоти сингари тақдим эта бошласалар, бу ҳолат уларнинг мустақиллигига ва касбий одиллигига салбий таъсир кўрсатиши мумкин. Масалан, миқдорларни жалб этишда рақобат босими туфайли адвокатлар иш сифати эмас, балки миқдорлар сонини оширишга кўпроқ эътибор қаратиши мумкин.

учинчидан, миқдорларни нотўғри йўналтириш хавфи – тижорат рекламасининг асосий мақсади истеъмолчини маҳсулот ёки хизматга қизиқтириш ва уни харид қилишга ундашдан иборат. Бироқ, адвокатлик хизматлари ўз моҳиятига кўра истеъмолчилик тўвари эмас, балки ҳуқуқий ёрдамга муҳтож шахсга кўрсатиладиган махсус хизмат тури ҳисобланади. Реклама таъсирида фуқароларда «кўпроқ реклама қилган адвокат яхши, самарали хизмат кўрсатади»

деган нотўғри тушунча шаклланиши мумкин. Бу эса ҳуқуқий ёрдам сифатига эмас, реклама имкониятига асосланган танловларни келтириб чиқаради.

А.Карпенко «адвокатлар телевизион лойиҳаларда ўқитилиши зарур. Адвокатлар тушунишлари керакки, оддий фуқаролар уларга қараб, уларнинг онгида барчанинг номидан гапирадиган маълум бир “ҳимоячи образини” шакллантирадилар. Шунинг учун адвокатлар ахлоқсиз ва профессионал бўлмаган хатти-ҳаракатлардан қочиш учун ўзларини қандай тутишларини танлашда жуда эҳтиёт бўлишлари керак” – деб таъкидлаган»[1], – деб таъкидласа, Баршевский «адвокатлар учун реклама тақиқланмаслиги керак. Чунки уларнинг фаолияти тўғрисидаги маълумотларни ҳар қандай ҳуқуқий ёрдамга муҳтож бўлган шахслар томонидан олиши ва ошкора бўлиши керак, бундан ташқари зарур ва фойдали ҳисобланади» – деб ҳисоблайди[2].

Бакаянованинг фикрича, «адвокатлик фаолиятини реклама қилишни ўзини ўзи реклама қилиш, адвокатлик фаолияти билжан шуғулланувчи шахслар тўғрисидаги маълумотлардан фуқароларни хабардор қилиш, шунингдек бевосита ёки билвосита фойда олишга қаратилган фаолият»[3].

Стевен Лубетнинг фикрича, «адвокатура фаолиятини реклама қилишда муҳим нуқта – бу рекламанинг аниқлиги ва инсофлилигидир. У ҳуқуқий маълумотларни ёлғон ёки чалғитувчи маълумотлар асосида реклама қилишни қатъий тақиқлаш кераклигини айтган ҳолда, бу соҳадаги умумий реклама ҳуқуқини эса қўллаб-қувватлайди»[4].

Юқоридаги баён этилганлардан келиб чиқиб, адвокатлик фаолиятини реклама қилиш борасида қуйидаги хулоса қилиш мумкин: «Адвокатлик фаолиятини реклама қилиш – бу ҳуқуқий ёрдам кўрсатиш соҳасида адвокат (ёки адвокатлик тузилмаси) томонидан ўз хизматлари тўғрисида жамоатчиликка ахборот етказишга қаратилган, маълум даражада шахсий ёки касбий манфаатларни кўзловчи, шу билан бирга, ахлоқий ва касб этикаси талабларига риоя этилган ҳолда амалга оширилиши лозим бўлган ижтимоий-коммуникатив фаолият туридир».

Бугунги кунда ҳуқуқий давлат ва фуқаролик жамиятини шакллантириш жараёнида аҳолига малакали ва самарали юридик ёрдам кўрсатиш институти – адвокатура фаолияти алоҳида аҳамият касб этмоқда. Жамиятда ҳуқуқий онг ва ҳуқуқий маданиятнинг юксалиши, фуқароларнинг ўз ҳуқуқ ва манфаатларини ҳимоя қилишга бўлган эҳтиёжининг ортиши адвокатлик хизматларига талабни оширмоқда. Шу билан бирга, ушбу хизматлар ҳақида жамоатчиликни хабардор қилишнинг самарали ва мақбул механизмларини яратиш масаласи долзарб бўлиб бормоқда.

Айни пайтда амалиёт шуни кўрсатмоқдаки, адвокатлик фаолияти доирасида реклама муносабатлари ҳали тўлиқ ҳуқуқий тартибга солинмаган. Ўзбекистон Республикасининг амалдаги қонунчилигида ушбу соҳани тартибга солувчи махсус нормалар мавжуд эмас. Бунда асосий урғу «Адвокатнинг касб этикаси қоидалари»да белгиланган умумий талаб ва тамойилларга қаратилади, холос.

Шу боис, адвокатлик фаолиятида реклама муносабатларининг назарий-ҳуқуқий асосларини чуқур ўрганиш ва таҳлил этиш:

– реклама билан ахборот бериш ўртасидаги фарқни аниқлаш;

- рекламада касб этикаси, инсофлилик ва аниқлик тамойилларини мустаҳкамлаш;
- ахборот тарқатишнинг замонавий, рақамли шакллари орқали тарғибот имкониятларини белгилаш;
- реклама ҳуқуқининг умумий қоидаларини адвокатлик фаолияти хусусиятларига мослаштириш каби вазифаларни амалга оширишда илмий-назарий ечимлар ишлаб чиқишни тақозо этади.

Шу нуқтаи назардан, адвокатлик фаолиятида реклама муносабатларини ҳуқуқий тартибга солишнинг илмий асосларини ишлаб чиқиш нафақат норматив базани такомиллаштиришга, балки ушбу институтнинг фуқароларга яқинлашувини таъминлашга ҳам хизмат қилади. Бироқ адвокатлик фаолиятининг жамоатчилик ишончига таяниш хусусияти, унинг давлат ва жамият олдидаги масъулиятли вазифалари, шунингдек, адвокат касбининг одоб-ахлоқ қоидалари, ушбу соҳадаги реклама муносабатларини бошқа турдаги фаолиятларга нисбатан алоҳида ҳуқуқий тартибга солишни тақозо этади.

Мазкур мақолада адвокатлик фаолиятида реклама муносабатларининг ҳуқуқий асослари, амалдаги чеклов ва талаблар, шунингдек, ушбу соҳадаги миллий ва хорижий тажриба таҳлил этилади.

2025 йил 19 апрель куни Ўзбекистон Республикаси Адвокатлар палатасида Бошқарувнинг 6-сонли йиғилиши бўлиб ўтди. Мазкур йиғилишда кун тартибига киритилган қатор масалалар билан бир қаторда, Адвокатлар палатаси ҳузуридаги “Этика” комиссияси томонидан қабул қилинган “Адвокатлар томонидан Интернет тармоғида фаоллик кўрсатиш ва оммавий ахборот воситалари билан ҳамкорлик қилишда адвокатнинг касб этикаси қоидаларини қўллаш масалаларига оид” [5] мажбурий тушунтиришлар тасдиқланди.

Ушбу тушунтиришларда, хусусан, қайси ҳолларда тарқатилаётган ахборот адвокатнинг касбий одоб-ахлоқ (этика) қоидаларига зид деб баҳоланиши мумкин ёки мумкин эмаслиги аниқ ва ҳуқуқий жиҳатдан асосланган ҳолда баён этилган. Мазкур ҳужжат адвокатлар фаолиятида ахборот тарқатиш эркинлиги ва касбий масъулият ўртасидаги мувозанатни таъминлаш, шунингдек, жамоатчилик ишончи ва адвокатлик касбининг обрўсини муҳофаза қилиш мақсадларида ҳуқуқий ва ахлоқий мезонлар ишлаб чиқилганини кўрсатади.

Бизнинг фикримизча, адвокатлик фаолияти – бу қонуний асосда амалга ошириладиган, юқори малакага эга бўлган юридик ёрдам кўрсатиш билан боғлиқ профессионал фаолият туридир. У инсон ҳуқуқлари, эркинликлари ва қонуний манфаатларини ҳимоя қилиш, одил судловга кўмаклашиш, жамиятда қонунийликни таъминлаш каби муҳим ижтимоий вазифаларни бажаришга қаратилгандир.

Шу билан бирга, реклама – иқтисодий фаолиятнинг таркибий қисми сифатида товарлар, хизматлар ёки фаолият турларини кенг жамоатчиликка танитишга қаратилган ахборот воситаси ҳисобланади. Мазкур икки фаолият турининг ўзаро яқинлашуви, аввало, адвокатлар томонидан ўз хизматлари хусусида аҳолига ахборот етказишга бўлган эҳтиёждан келиб чиқади. Бироқ, адвокатлик фаолияти хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда, унга доир реклама муносабатлари оддий тижорат рекламаси билан тенглаштирилмайди. Бу борада касбий одоб-ахлоқ меъёрлари, жамоатчилик ишончи, давлат ва жамият олдидаги

масъулиятни ҳисобга олган ҳолда, ҳуқуқий чекловлар ва этик талаблар белгиланган бўлиб, улар реклама фаолиятини муайян доирада амалга оширишни тақозо этади.

Бир қарашда реклама, одатда, тижорат мақсадларида қўлланиладиган восита ҳисобланса-да, адвокатлик фаолиятида реклама қилиш эркинлиги муайян даражада чекланган. Бу ҳолат бефарқ эмас, балки адвокатлик фаолиятининг ўзига хос хусусиятлари ва мақсадлари билан узвий боғлиқдир.

Адвокатлик фаолияти, аввало, касбий этика нормаларига, жамоатчилик ишончига ва мижоз манфаатларини ҳимоя қилиш принципларига таянади. Мазкур фаолиятда адвокат ўз хизматларини фақат тижорат манфаатидан келиб чиқиб эмас, балки инсон ҳуқуқлари, қонунийлик ва адолат тамойилларини таъминлаш мақсадида амалга оширади.

Шу сабабли, реклама фаолиятига нисбатан белгиланган чекловлар адвокатлик касбининг мавқеини сақлаш, мижозларни манипулятив ва нотўғри ахборотдан ҳимоя қилиш, шунингдек, адвокатлар ўртасида соғлом рақобат муҳитини таъминлашга қаратилгандир.

Натижада, адвокатлик фаолиятида реклама – бу оддий тижорат воситаси эмас, балки муайян ҳуқуқий ва ахлоқий чегаралар ичида амалга оширилиши лозим бўлган ахборот тарқатиш шакли сифатида намоён бўлади.

Амалдаги қонунчиликка мувофиқ, Ўзбекистон Республикасининг амалдаги ҳуқуқий базаси адвокатура фаолиятини реклама қилиш масаласини аниқ ва тўлиқ тартибга солмайди, яъни ушбу масалага оид махсус қонун ёки меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларда бевосита белгиланган чекловлар мавжуд эмас.

Шу билан бирга, адвокатлар ўз хизматлари тўғрисида жамоатчиликка ахборот тақдим этишда “Адвокатнинг касб этикаси қоидалари”да назарда тутилган бир қатор муҳим тамойилларга қатъий риоя этишлари шарт, чунки ушбу қоидалар адвокатлик фаолиятининг касбий одоб-ахлоқ меъёрларига таянади. Жумладан:

Мақсадли ва аниқ ахборот тақдим этиш: Ишонч билдирувчи шахсларга адвокат томонидан кўрсатиладиган хизматларнинг моҳияти ва шартлари тўғрисида аниқ, холис ва тўғри маълумот тақдим этилиши лозим.

Ёлғон ёки чалғитувчи ахборотдан воз кечиш: Адвокат ўзининг касбий тажрибаси, муваффақиятлари ёки хизматлари ҳақида маълумот берганда, уларни сунъий равишда бўртиб кўрсатмаслиги керак. Бу ҳолат жамоатчиликни чалғитишга ва касб обрўсига путур етказиши мумкин.

Ахлоқий меъёрларга риоя қилиш: Ахборот тарқатиш жараёнида адвокат касбий шаъни ва обрўсини сақлаш, адвокатуранинг жамоат олдидаги нуфузини таъминлаш ва касб этикасига мувофиқ фаолият юритиш принципларини инобатга олиши зарур.

Шу тариқа, рекламага оид ҳуқуқий нормаларнинг тўлиқ аниқлаштирилмагани шароитида адвокатлар учун касб этикаси қоидалари асосий йўриқномавий манба вазифасини ўтамоқда[6].

Ўзбекистон Республикасининг «Реклама тўғрисида»ги Қонуни[7] реклама муносабатларини тартибга солувчи асосий ҳуқуқий ҳужжат ҳисобланади. Ушбу Қонуннинг 2-моддасига мувофиқ, реклама:

– оммавий ахборот воситалари орқали тарқатилиши мумкин;

- ёлгон ёки чалғитувчи ахборот бўлиши тақиқланади;
- реклама ахлоқий нормаларга мос бўлиши шарт.

Тадқиқот натижалари шуни кўрсатмоқдаки, Ўзбекистон Республикаси Адвокатлар палатаси томонидан тасдиқланган “Адвокатнинг касб этикаси қоидалари” орқали адвокатлик касбининг ахлоқий ва ҳуқуқий асослари белгилаб қўйилган. Ушбу қоидаларга кўра:

адвокат ўз хизматлари ҳақида нотўғри ёки бўрттирилган ахборот беришга ҳақли эмас;

адвокат ўзини бошқа адвокатлардан устун қўювчи ёки уларни обрўсизлантирувчи маълумотлар тарқатиши мумкин эмас;

адвокат ўз хизматларини жамоатчиликка таништиришда ахлоқий ва касбий меъёрларга амал қилиши шарт.

Маълумот ўрнида таъкидлаш лозимки, адвокатлик фаолиятида реклама муносабатларини ҳуқуқий жиҳатдан тартибга солишни янада такомиллаштириш мақсадида қуйидаги чора-тадбирларни амалга ошириш мақсадга мувофиқдир, деб ҳисоблаймиз:

биринчидан, махсус меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларни қабул қилиш – адвокатлик фаолиятида рекламага оид аниқ қоидаларни белгилайдиган, мустақил норматив-ҳуқуқий ҳужжат ишлаб чиқиш ёки амалдаги ҳужжатларга бу борадаги қоидаларни аниқ киритиб қўйиш.

иккинчидан, ахлоқий тамойилларни кучайтириш – адвокатлик фаолиятида реклама тарғиботига доир ахлоқий талабларни мустаҳкамловчи қўшимча меъёрларни жорий этиш.

учинчидан, адвокатлик хизматлари тўғрисидаги ахборот бериш имкониятларини кенгайтириш – адвокатлар ишонч билдирувчи шахсларга ўз хизматлари ҳақида ахборот беришлари мумкин, бироқ бу жараён тижорат рекламаси шаклида эмас, балки холис ахборот тақдим этиш шаклида бўлиши лозим.

тўртинчидан, реклама қоидаларига риоя этмаслик учун жавобгарликни кучайтириш – Адвокатлар палатаси томонидан ушбу нормаларга зид равишда ҳаракат қилган адвокатларга нисбатан интизомий чораларни кучайтириш.

Юқоридагиларни инобатга олган ҳолда, адвокатлик фаолиятида рекламага оид махсус нормаларни ишлаб чиқиш ва ҳуқуқий асосларни мустаҳкамлаш зарур, деган хулосага келишимиз мумкин. Бу, ўз навбатида, адвокатлик касбининг нуфузини оширишга, фуқароларга сифатли ҳуқуқий ёрдам кўрсатилишини таъминлашга хизмат қилади.

Адвокатлик фаолиятида реклама муносабатлари ўзига хос ҳуқуқий ва ахлоқий меъёрлар асосида шаклланиши лозим. Ушбу меъёрлар адвокатлик касбининг обрў-эътиборини асраш, фуқароларнинг ишончини оқлаш ва адолат тизимининг нуфузини юксалтиришга қаратилган. Реклама воситаларидан фойдаланган ҳолда хизмат сифатини жамоатчиликка етказиш мумкин, бироқ бу жараёнда ҳуқуқий ва этик чегараларга қатъий риоя қилиш ҳар бир адвокатнинг касбий бурчи ҳисобланади.

ХУЛОСАЛАР

Юқорида баён этилган фикр ва мулоҳазалардан келиб чиқиб, хулоса сифатида қайд этиш жоизки, ҳозирги кунда Ўзбекистон Республикасида

адвокатлик фаолиятига оид реклама масаласи ҳуқуқий жиҳатдан етарли даражада тартибга солилмаган. Амалдаги қонунчиликда мазкур фаолият турини тарғиб этиш, унинг чегаралари ва ҳуқуқий асослари борасида аниқ нормалар мавжуд эмас. Шу боисдан, адвокатлик фаолиятининг ўзига хослиги, жамият олдидаги юксак маънавий масъулияти ва касб этикаси талабларидан келиб чиққан ҳолда қуйидаги масалаларни қонунчилик асосида ҳуқуқий тартибга солиш зарур деб ҳисоблаймиз:

Адвокат хизматлари тўғрисида ахборот бериш ва реклама тушунчаларини фарқлаш мезонларини аниқ белгилаш – бу адвокат томонидан хизматлари ҳақидаги маълумотни фуқароларга етказиш жараёнида реклама шаклидан фойдаланилмоқдами ёки фақат ахборот берилмоқдами, деган масалани аниқлашда муҳим мезон бўлиб хизмат қилади. Мазкур фарқни белгилаш, ҳам касб этикасини, ҳам қонунчиликдаги аниқликни таъминлайди.

Рухсат этилган ва тақиқланган реклама шакллари белгилаш – адвокатлар учун қандай реклама шакллари мақбул ҳисобланиши, қайси шаклдаги рекламалар касбий фаолиятга, одоб-ахлоқ нормаларига зид экани аниқ ва ҳуқуқий жиҳатдан мустаҳкамланган ҳолда белгиланиши зарур. Бунда халқаро тажриба ва миллий менталитет омиллари инобатга олиниши лозим.

Оммавий ахборот воситалари ва интернет орқали маълумот тарқатиш қоидаларини ишлаб чиқиш – айниқса, рақамли воситалар (веб-сайтлар, ижтимоий тармоқлар) орқали хизматлар тўғрисидаги маълумотни берганда адвокатлар амал қилиши шарт бўлган талаб ва чекловлар белгиланиши зарур. Бу фуқароларни чалғитувчи, реалликдан йироқ маълумотлар тарқалишининг олдини олади.

Адвокатлик фаолиятига оид ахборот тарқатиш стратегиясини ишлаб чиқиш – ушбу стратегия адвокатлар фаолиятини жамоатчиликка мақбул шаклда танитиш, фуқароларнинг ҳуқуқий онги ва ҳуқуқий маданиятини оширишга хизмат қилиши керак. Бу жараёнда ахлоқий мезонларга қатъий риоя қилиниши лозим.

Адвокатлик хизматлари ҳақида ахборот тарқатишнинг замонавий, самарали усуллари жорий этиш – масалан, электрон маълумот платформалари, ҳуқуқий хизматлар каталоглари, давлат органлари порталлари орқали адвокатлар ҳақида холис, текширилган ва фойдали маълумотни тақдим этиш имкониятларини кенгайтириш лозим.

Хулоса қилиб айтганда, адвокатлик фаолиятида ахборот тарқатиш ва реклама масалаларини ҳуқуқий ва этик жиҳатдан тартибга солиш орқали ушбу касбга бўлган жамоатчилик ишончини мустаҳкамлаш, ҳуқуқий хизматлар сифатини ошириш ва фуқароларнинг ҳуқуқий имкониятларини кенгайтиришга эришиш мумкин бўлади.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ:

1. Карпенко А. А. соблюдение правил адвокатской этики на телевидении и в Интернете. Вестник Одесской адвокатуры: специальный выпуск "Адвокатская этика". 2019.
2. Барщевський М. Ю. Адвокатська етика. М.: Видавничий дім "ФЕДОРОВ", 1999.
3. Н.М. Бакаянова основы діяльності адвоката захисника: автореф. дис. ... канд. юрид. наука Одесса, 2003.

4. Lubet, S. (1993). Modern Legal Ethics: Cases and Materials. Aspen Publishers.
5. Ўзбекистон Республикаси Адвокатлар палатаси расмий сайти // <https://paruz.uz/post/ozbekiston-respubikasi-advokatlar-palatasi-boshqaruvining-6-sonli-majlisi-bolib-otdi>
6. Ўзбекистон Республикаси Адвокатлар палатасининг II Конференциясининг 2013 йил 27 сентябрдаги қарорига 8-илова билан тасдиқланган Адвокатнинг касб этикаси қоидалари
7. Ўзбекистон Республикасининг 2022 йил 7 июндаги «Реклама тўғрисида»ги ЎРҚ-776-сон Қонуни // Қонунчилик маълумотлари миллий базаси, 08.06.2022 й., 03/22/776/0498-сон; 15.02.2024 й., 03/24/908/0126-сон; 21.09.2024 й., 03/24/963/0735-сон; 05.11.2024 й., 03/24/991/0891-сон; 12.03.2025 й., 03/25/1046/0229-сон