



WHAT IS THE CIVIL LEGAL STATUS OF SOCIAL NETWORK PAGES?

Egamberdiyeva Adiba Akmal qizi

Student of the National University of Uzbekistan named after Mirzo Ulugbek

Email: @adibaegamberdiyeva07@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15227814>

ARTICLE INFO

Received: 09th April 2025

Accepted: 15th April 2025

Online: 16th April 2025

KEYWORDS

Social Networks, Civil-Legal Status, Virtual Legal Issues, Intellectual Property Rights, Cybercrime, Platform Rules.

ABSTRACT

Today, social media has become not only a means of personal communication but also an essential tool for business, information dissemination, and shaping public opinion. At the same time, the legal status of social media platforms and the virtual issues arising from them have become a pressing matter for legal experts and government authorities. The civil-legal status includes the role of social media platforms as legal entities, legal relations with users based on contracts, the legal status of services provided on these platforms, and their legal responsibility. This article discusses the civil-legal status of social media pages and the legal issues associated with them.

IJTIMOY TARMOQ SAHIFALARINING FUQAROLIK HUQUQIY MAQOMI QANDAY?

Egamberdiyeva Adiba Akmal qizi

Mirzo Ulug'bek nomidagi O'zbekiston Milliy Universiteti talabasi

Email: @adibaegamberdiyeva07@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15227814>

ARTICLE INFO

Received: 09th April 2025

Accepted: 15th April 2025

Online: 16th April 2025

KEYWORDS

Ijtimoiy tarmoqlar, fuqarolik-huquqiy maqom, virtual huquqiy muammolar, intellektual mulk huquqi, kiberjinoyatchilik, plartforma qoidalari.

ABSTRACT

Bugungi kunda ijtimoiy tarmoqlar nafaqat shaxsiy muloqot vositasi, balki biznes, axborot tarqatish va jamoatchilik fikrini shakllantirishning muhim jarayoniga aylandi. Shu bilan birga, ularning huquqiy maqomi va ulardan yuzaga kelayotgan virtual muammolar huquqshunoslar va davlat organlari uchun dolzarb masalaga aylanmoqda. Fuqarolik-huquqiy maqomga ijtimoiy tarmoq platformalarining qonuniy shaxs sifatidagi o'rne, foydalanuvchilar bilan o'rtasida shartnoma asosida tuziladigan huquqiy aloqalar, platformaning mazkur tarmoqdagi xizmatlarining huquqiy holati, ularning huquqiy javobgarligi kabi masalalar kiradi. Ushbu maqolada ijtimoiy tarmoq sahifalarining fuqarolik-huquqiy maqomi va ular bilan bog'liq bo'lgan huquqiy muammolar yoritiladi.

Ijtimoiy tarmoq sahifalari — internet platformalari orqali foydalanuvchilarga o'zaro muloqot qilish, axborot almashish, yangiliklar bilan bo'lishish, turli maqsadlar uchun kontent



yaratish va keng auditoriyaga yetkazish imkoniyatini beradigan sahifalardir. Ijtimoiy tarmoqlar bugungi kunda nafaqat shaxsiy va oilaviy muloqotlar, balki biznes, siyosat, ta'lim va boshqa sohalarda ham keng qo'llanilmoqda. Ular dunyo bo'ylab milliardlab foydalanuvchilarga ega bo'lib, odamlar orasida o'zaro aloqalar va axborot almashishning asosiy vositasiga aylangan.¹ Bugungi kunda ijtimoiy tarmoqlar inson hayotining ajralmas qismiga aylangan. Facebook, Instagram, Twitter, TikTok va LinkedIn kabi platformalar foydalanuvchilarga muloqot qilish, biznes yuritish va axborot tarqatish imkonini beradi. Har bir inson yoki tashkilot o'z sahifasini yaratib, ma'lumot almashishi, tijorat faoliyati yuritishi yoki jamoatchilik bilan muloqot qilish imkoniyatiga ega.

Ijtimoiy tarmoq sahifalarining huquqiy maqomi Ijtimoiy tarmoqlardagi sahifalar shaxsiy yoki tijorat maqsadlarida yaratilgan bo'lishi mumkin. Ularning huquqiy maqomi quyidagicha tasniflanadi²:

Jismoniy shaxslarga tegishli sahifalar: Fuqarolarning shaxsiy bloglari yoki profillari huquqiy jihatdan shaxsiy ma'lumotlarni ifodalash vositasi bo'lishi mumkin³. Jismoniy shaxslarga tegishli sahifalar odatda shaxsiy bloglar, ijodiy portfolio, o'z fikrlarini ifodalash platformalari yoki oddiygina do'stlar va oila a'zolari bilan aloqa qilish uchun yaratiladi. Bu turdagi sahifalar shaxsiy hayotga tegishli ma'lumotlarni o'z ichiga olishi mumkin va shuning uchun maxfiylik huquqi nuqtayi nazaridan muhim ahamiyat kasb etadi. Masalan, foydalanuvchilar o'z fotosuratlarini, videolari yoki kundalik hayoti bilan bog'liq kontentni joylashtiradi. Bunday ma'lumotlarning ruxsatsiz tarqalishi yoki boshqalar tomonidan noqonuniy foydalanilishi huquqiy nizolarga sabab bo'lishi mumkin. Shuningdek, ijtimoiy tarmoqlarda so'z erkinligi va tuhmat o'rtasidagi muvozanat ham dolzarb masala hisoblanadi. Foydalanuvchilar o'z fikrlarini erkin bayon qilish huquqiga ega bo'lishiga qaramay, boshqa shaxslarning sha'ni va qadr-qimmatiga putur yetkazuvchi yolg'on ma'lumot tarqatish huquqiy oqibatlariga olib kelishi mumkin. Bundan tashqari, jismoniy shaxslarga tegishli sahifalar orqali noqonuniy faoliyat yuritish, firibgarlik yoki spam tarqatish hollari ham uchraydi. Shu sababli, platformalar foydalanuvchilarning faoliyatini nazorat qilish, zararli kontentni olib tashlash va huquqbuzarliklarga qarshi chora ko'rish mexanizmlarini kuchaytirishi yaxshi yechim bo'lishi mumkin.

Yuridik shaxslarga tegishli sahifalar: Korxonalar, tashkilotlar va davlat muassasalari tomonidan yaratilgan sahifalar tijorat yoki rasmiy axborot tarqatish vositasi bo'lib xizmat qiladi. Yuridik shaxslarga tegishli sahifalar, asosan, korporatsiyalar, tadbirkorlik subyektlari, davlat muassasalari va tijorat tashkilotlari tomonidan yaratiladi. Bu sahifalar kompaniyaning brendini mustahkamlash, mijozlar bilan aloqani yaxshilash va mahsulot yoki xizmatlarni targ'ib qilish uchun muhim vosita hisoblanadi. Ko'pgina bizneslar ijtimoiy tarmoqlar orqali o'z mahsulotlarini reklama qiladi, mijozlar bilan muloqot qiladi va iste'molchilarning fikr-mulohazalarini kuzatib boradi. Shu sababli, bunday sahifalarning huquqiy jihatlari jismoniy shaxslarning sahifalaridan farq qiladi. Birinchidan, yuridik shaxslarga tegishli sahifalarda reklama va tijorat faoliyati muhim o'rin tutadi. Shu sababli kompaniyalar joylashtirgan reklamalar yolg'on yoki chalg'ituvchi bolmasligi lozim, Yolg'on reklama iste'molchilarni

¹ <https://lex.uz/ru/docs/-3893085?ONDATE=05.04.2022%2000>

² <https://lex.uz/ru/docs/-3893085?ONDATE=05.04.2022%2000>

³ <https://lex.uz/m/acts/-83472>



adashtirishi va huquqiy nizolarga olib kelishi mumkin. Ayrim mamlakatlarda noqonuniy reklama yoki iste'molchilarni aldash qonun bilan qat'iy man etilgan, Ikkinchidan, yuridik shaxslar ijtimoiy tarmoqlarda o'z sahifalarini yuritishda intellektual mulk huquqlarini inobatga olishi lozim. Masalan, mualliflik huquqi bilan himoyalangan rasmlar, videolar yoki matnlarni ruxsatsiz ishlatish qonunbuzarlikka olib kelishi mumkin. Shu sababli, kompaniyalar o'z kontentlarini yaratishda litsenziyalangan yoki o'ziga tegishli materiallardan foydalanishi kerak. Uchinchidan, yuridik shaxslarning sahifalarida mijozlarning shaxsiy ma'lumotlarini himoya qilish muhim ahamiyatga ega. Koppina kompaniyalar o'z mijozlari yoki foydalanuvchilari haqida turli ma'lumotlarni to'playdi. Bu jarayonda maxfiylik siyosatiga rioya qilinishi lozim. Agar foydalanuvchilarning shaxsiy ma'lumotlari ruxsatsiz tarqatilsa yoki uchinchi tomonlarga berilsa, bu jiddiy huquqiy oqibatlariga olib kelishi mumkin.

Jamoaviy va ommaviy axborot sahifalari: Jurnalistik yoki ommaviy axborot vositalari tomonidan yuritiladigan sahifalar qonuniy jihatdan matbuot erkinligi va shaxsiy daxlsizlik orasidagi muvozanatni saqlashi kerak⁴. Jamoaviy va ommaviy axborot sahifalari esa odatda tashkilotlar, ommaviy axborot vositalari, notijorat tashkilotlar yoki maxsus guruhlar tomonidan boshqariladi. Bu sahifalar jamoatchilikka muhim axborot yetkazish, auditoriya bilan doimiy muloqot, o'rnatish va dolzarb masalalar bo'yicha munozaralar olib borish uchun yaratiladi. Jamoaviy sahifalar ko'pincha bir nechta administrator yoki moderatorlar tomonidan boshqariladi, bu esa kontent nazorati va axborot sifati uchun muhim omildir. Ushbu turdagi sahifalar reklama, axborot tarqatish, ijtimoiy tashviqot yoki xizmat ko'rsatish maqsadida ham foydalanilishi mumkin. Jamoaviy va ommaviy axborot sahifalarining huquqiy maqomi ancha murakkab bo'lib, ular shaxsiy sahifalardan farqli ravishda aniq huquqiy me'yorlarga bo'ysunadi. Bunday sahifalar orqali yolg'on ma'lumot tarqatish, boshqa shaxslarning huquqlarini buzish yoki qonunga zid axborot tarqatish huquqiy javobgarlikka olib kelishi mumkin. Ayniqsa, ommaviy axborot vositalari maqomiga ega sahifalar jurnalistik etikaga rioya qilishi, nashr etilgan ma'lumotlarning haqqoniyligi va ishonchliligini ta'minlashi lozim. Shu bilan birga, so'z erkinligi tamoyillariga rioya qilish, senzura yoki noqonuniy cheklovlardan qochish muhim ahamiyatga ega. Jamoaviy va ommaviy axborot sahifalari ijtimoiy hayotda katta o'rin tutgani sababli ularning huquqiy me'yorlarini kuchaytirish va foydalanuvchilar huquqlarini himoya qilish muhim masala hisoblanadi. Bu borada davlat organlari, xalqaro tashkilotlar va texnologik kompaniyalar o'zaro hamkorlik qilishi lozim. Foydalanuvchilarning huquqiy bilimlarini oshirish, axborotni tekshirish madaniyatini shakllantirish va sahifalarni boshqarish jarayonlarini yanada shaffof qilish orqali ijtimoiy tarmoqlardagi axborot muhiti yanada ishonchli va adolatli bo'lishi mumkin.

Tijorat va e-tijorat sahifalari: Brendlar, korxonalar va tadbirkorlar tomonidan yaratilgan sahifalar mahsulot yoki xizmatlarni reklama qilish va sotish uchun ishlatilad⁵i. Tijorat va elektron tijorat (e-tijorat) sahifalari ijtimoiy tarmoqlarda juda katta ahamiyat kasb etadi. Ular biznesmenlar, tadbirkorlar va kompaniyalar tomonidan mahsulot yoki xizmatlarni targ'ib qilish, mijozlar bilan aloqani mustahkamlash va savdo hajmini oshirish uchun faol qo'llaniladi. Ayniqsa, elektron tijoratning jadal rivojlanishi natijasida ijtimoiy tarmoqlar internet-do'konlar, xizmat ko'rsatish platformalari va onlayn marketing vositasi sifatida tobora keng

⁴ <https://lex.uz/m/acts/-83472>

⁵ <https://lex.uz/m/acts/-83472>



qo'llanilmoqda. Elektron tijorat sahifalari esa to'g'ridan-to'g'ri onlayn savdo qilish imkonini beradi. Masalan, Facebook Marketplace, Instagram Shop yoki TikTok Shop kabi funksiyalar biznes egalari uchun kata imkoniyatlar yaratmoqda. Ushbu platformalar orqali foydalanuvchilar mahsulotni tanlashi, buyurtma berishi va to'lovni amalga oshirishi mumkin. Shuningdek, kompaniyalar o'z shaxsiy veb-saytlarini ijtimoiy tarmoqlarga bog'lash orqali mijozlarni o'z rasmiy onlayn-do'konlariga yo'naltirishadi. Tijorat va e-tijorat sahifalarining yana bir muhim jihati - mijozlarga xizmat ko'rsatish va kafolat masalalaridir. Ko'pgina mamlakatlarda iste'molchilar mahsulot sifati bilan bog'liq shikoyatlar qilish yoki pulni qaytarib olish huquqiga ega. Shu sababli, kompaniyalar mahsulot sifati qaytarish siyosati va mijozlarga xizmat ko'rsatish standartlariga rioya qilishi kerak. Aks holda, iste'molchilar huquqlarining buzilishi yuridik muammolarga sabab bo'lishi mumkin. Tijorat va elektron tijorat sahifalari biznes rivoji uchun kata imkoniyatlar yaratadi, lekin shu bilan birga, ularga tegishli huquqiy me'yorlarga rioya qilish muhim hisoblanadi. Shaxsiy ma'lumotlarni himoya qilish, firibgarlikning oldini olish, mualliflik huquqlarini saqlash va iste'molchilar huquqlarini ta'minlash - bularning barchasi har qanday tijorat sahifasi uchun asosiy huquqiy tamoyillardan biri bo'lishi kerak. Ijtimoiy tarmoqlarda tijorat faoliyatini yuritish qonuniy va shaffof bo'lishi lozim, aks holda, kompaniyalar turli huquqiy muammolarga duch kelishi mumkin.

Xulosa o'rnida shuni aytishim mumkin, ijtimoiy tarmoqlar zamonaviy jamiyatning ajralmas qismiga aylangan va ular bilan bog'liq huquqiy muammolar doimiy ravishda rivojlanib bormoqda. Fuqarolik-huquqiy maqom va virtual muammolarni samarali hal qilish uchun huquqiy me'yorlarni mustahkamlash, foydalanuvchilarning huquqiy savodxonligini oshirish va xalqaro huquqiy hamkorlikni kuchaytirish zarur. Shundagina ijtimoiy tarmoqlar xavfsiz va adolatli muhitga ega bo'lishi mumkin.

References:

1. Huquqiy axborot tizimlari M.Qodirov
2. Fuqarolik huquqi. Darslik TDYU 2021
3. O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksi 04.03.2021
4. O'zbekiston Respublikasining "Axborotlashtirish to'g'risidagi" Qonuni