

**ЗАКОН**  
**РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**  
**25.12.1998 г.**  
**№ 723-І**

**О РЕКЛАМЕ**

В настоящий Закон внесены изменения в соответствии с Законом РУз от 30.08.2002 г. № 404-ІІ, Законом РУз от 25.04.2003 г. № 482-ІІ, Законом РУз от 19.12.2005 г. № ЗРУ-14, Законом РУз от 04.04.2006 г. № ЗРУ-28, Законом РУз от 10.10.2006 г. № ЗРУ-59

**Статья 6. Основные требования к рекламе**

Основными требованиями к рекламе являются законность, точность, достоверность, использование форм и средств, не причиняющих потребителю рекламы убытков, а также морального вреда.

В рекламе запрещается:

- распространять информацию о продукции, производство или реализация которой запрещены законодательством;
- дискриминация по признакам пола, расы, национальности, языка, религии, социального происхождения, убеждений, личного и общественного положения, по иным обстоятельствам или дискредитация продукции других лиц;
- призывать к действиям, которые могут повлечь нарушение законодательства, причиняют или могут причинить вред жизни или здоровью граждан и окружающей среде, а также побуждают к пренебрежению средствами безопасности;
- рекламировать продукцию, которая подлежит обязательной сертификации или производство либо реализация которой требует наличия специального разрешения (лицензии), в случае отсутствия соответствующего сертификата, лицензии;
- имитировать (копировать или подражать) общее решение, текст, изображение, музыкальные или звуковые эффекты, применяемые в рекламе другой продукции, если иное не предусмотрено законодательством об авторском праве и смежных правах;
- использовать имя или изображение физического лица без его согласия;
- распространять порнографию.

**Статья 10. Авторское право на рекламу**

Регулирование авторского права и смежных прав на рекламу осуществляется в соответствии с законодательством.

**Статья 11. Идентификация рекламы**

Реклама должна быть отделена от другой информации, независимо от форм или средств распространения, таким образом, чтобы ее можно было идентифицировать как рекламу.

Реклама на телевидении и радио должна быть отделена от других программ в ее начале и в конце при помощи аудио-, видео-, комбинированных средств или комментариев ведущих.

Информационный, авторский и редакционный материал, целенаправленно обращающий внимание потребителей на конкретную марку (модель, артикул) продукции либо на ее производителя для формирования интереса и содействия реализации продукции, а также содержащий выходные данные (реквизиты) лица, производящего или распространяющего указанную продукцию, считается рекламой и должен быть помещен под рубрикой "Реклама" либо "На правах рекламы".

### **Статья 17. Реклама на телевидении и радио**

Время вещания, отведенное на рекламу для телерадиоорганизаций, не может превышать 10 процентов на каждый час вещания. Это требование не распространяется на специализированные рекламные каналы вещания.

Трансляции концертно-зрелищных и спортивных программ, кино- и телефильмов продолжительностью более 45 минут могут быть прерваны для рекламы не более одного раза в полный 45-минутный промежуток времени. Реклама может быть также размещена перед началом и (или) после окончания этих передач. Телерадиопередачи продолжительностью менее 10 минут не могут совмещаться с рекламой, а более 10 минут - без согласования с обладателем авторского права на телерадиопередачу.

Запрещается прерывать с целью размещения рекламы трансляцию государственных мероприятий и церемоний.

Запрещается реклама в передачах, рассчитанных на детскую (до четырнадцати лет) аудиторию. Этот запрет не распространяется на социальную рекламную информацию.

Запрещается увеличивать громкость звука рекламных заставок относительно громкости самой телерадиопередачи. (Часть введена в соответствии с Законом РУз от 30.08.2002 г.)

Запрещается при трансляции телепередач использовать бегущую строку в целях рекламы, за исключением во время вещания самой рекламы (Часть введена в соответствии с Законом РУз от 30.08.2002 г.)

Части пятую и шестую считать седьмой и восьмой в соответствии с Законом РУз от 30.08.2002 г.

Ведущие, дикторы и другие участники телепередачи за пределами времени, отведенного для рекламы, не имеют права специально демонстрировать продукцию либо характеризовать ее потребительские качества как прямо, так и опосредствованно.

Работникам телевидения и радио запрещается заниматься рекламой под видом информации: указывать реквизиты производителя продукции, адрес, контактный телефон, коммерческие признаки продукции.

### **Статья 30. Разрешение споров**

Споры, возникающие в процессе производства и распространения рекламы, разрешаются в судебном порядке.