

АҲОЛИНИНГ МОЛИЯВИЙ САВОДХОНЛИГИНИ ОШИРИШДА ОАВНИНГ ЎРНИ: ДОЛЗАРБЛИГИ ВА АҲАМИЯТИ

Хушноза Равшанбековна МАҲМУДОВА

Мустақил изланувчи

Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университети
Тошкент, Ўзбекистон

Аннотация

Мақолада аҳоли молиявий саводхонлигини оширишда оммавий ахборот воситаларининг вазифалари очиб берилган. Молиявий саводхонликка оид телевизион дастурларнинг бугунги кунда аҳолининг иқтисодий билимларини таъминлашдаги ўрни ва аҳамияти ўрганилган.

Таянч сўзлар: молиявий саводхонлик, иқтисодий сиёсат, ОАВ, иқтисодий таълим, молиявий маданият, телевизион дастурлар, молиявий хизматлар, инсон фаровонлиги ва ҳаёт сифати, билим, кўникма ва қадриятлар.

РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ПОВЫШЕНИИ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ: АКТУАЛЬНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ

Хушноза Равшанбековна МАХМУДОВА

Независимый исследователь

Университет журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана
Ташкент, Узбекистан

Аннотация

В статье раскрывается роль и влияние средств массовой информации в повышении финансовой грамотности населения на основе роли и значения телевизионных программ, направленных на повышение финансовой грамотности, в обеспечении экономических знаний населения.

Ключевые слова: финансовая грамотность, экономическая политика, экономическое образование, финансовая культура, финансовые услуги, телевизионные программы, благосостояние человека и качество жизни, знание, навыки и ценности.

Ҳозирги кунда кенг аудиторияга тезкор ва аниқ шаклдаги муҳим маълумотларни етказиш ва аҳолининг молиявий саводхонлигини оширишга қодир бўлган асосий восита — оммавий ахборот воситалари (ОАВ) ҳисобланади. Ахборот алмашинуви тезлиги ва ОАВнинг аудиторияга таъсири мисли кўрилмаган даражага етган ва ахборот оқими сони кун сайин ортиб бораётган бир пайтда, журналист мураккаб молия дунёси ва аҳоли ўртасида талаб юқори бўлган самарали воситачига айланади.

Бу орқали ОАВ жамиятнинг ҳар бир аъзосига асосий молиявий ва иқтисодий билимларга бўлган эҳтиёжни қондириш, иқтисодиёт ва пул

муносабатлари дунёсида инновацион ғояларга таяниш, доимий равишда ўсиб бораётган молиявий тенденцияни тушунишга ёрдам беради. Махсулотлар ва хизматлар, нотўғри молиявий қарорлар сонини минималлаштириш, молиявий хизматлар бозорида ишончни ошириш ва фуқароларнинг жамиятнинг молиявий ҳаётига жалб қилинишини рағбатлантириш ҳамда шунинг баробарида Ўзбекистоннинг молиявий тизимини ривожлантириш ва аҳоли турмуш даражасини оширишга туртки беради.

Шу билан бирга, журналистнинг молиявий саводхонлиги касбий фаолият доирасида аҳолининг молиявий саводхонлигини ошириш бўйича амалий ишларни бажаришга имкон берадиган билим, кўникма ва қобилият билан бир қаторда муҳим умумий касбий компетенция эканлиги таъкидланади. Ушбу вазифани самарали бажариш учун журналистлар етарли иқтисодий билим даражасига таяниши, воқеа ёки фактнинг аҳоли учун фойдалилигини баҳолаш ва мураккаб иқтисодий молиявий мавзуларни ўқувчилар учун жозибали шаклга айлантириш каби малакага эга бўлиши керак. Шу билан бирга, маълумот бу соҳа мутахассисидан фарқли ўлароқ кенг аҳоли қатламига қаратилган бўлиб, у энг содда тилда тақдим этилиши даркор.

ОАВ орқали бериладиган молиявий информация кўлами доирасида маълумотларни оммавий миқёсда тўплаш, уларни қайта ишлаш ва тарқатишни таъминлашда, одатда ижтимоий институтлар тушунилади. ОАВ орқали бериладиган информация кенг аудитория учун мўлжалланган бўлиб, тарқалиш тезлиги ва мунтазамлилиги, деярли бир вақтда истеъмол қилиниши, воситачилиги ҳамда маълум даражада стереотип характери билан ажралиб туради. Яна бир жиҳати, узатилаётган хоҳ иқтисодий, хоҳ молиявий ёки сиёсий ахборот бўлсин, давлат манфаатига жавоб бериши керак.

Унинг тарқалиши тўғридан-тўғри шахслараро мулоқотдан ташқари инсоният ривожланишининг маълум бир босқичида пайдо бўлган одамларнинг оммавий маънавий алоқасининг ажралмас қисмидир.

ОАВнинг фаолияти, айниқса, инқирозли вазиятлар пайтида алоҳида аҳамиятга эга. 2020 йилда содир бўлган “Covid-19” пандемияси ҳолати

молиявий хизматлар бозорида ахборотни ошкор қилишнинг самарали шакллари ўрнатиш талабларининг аҳамиятини ва аҳолининг молиявий саводхонлигини оширишга қаратилган ахборот воситаларини кенгайтириш зарурлигини аниқ кўрсатди. Кўпгина мамлакатларда молиявий истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш бўйича кенг камровли қонунчилик, шунингдек, тегишли суд амалиёти мавжуд. Бироқ, бу молиявий саводхонликни ошириш учун аниқ мақсадларнинг аксариятини ҳал қилишга қодир эмас ва шунинг учун аҳолини турли хил хавф-хатарлардан ва асоссиз молиявий йўқотишлардан ҳимоя қила олмайди.

Авваллари асосий ОАВ орасида телевидение, радио ва матбуотни ажратиб кўрсатиш мумкин эди. Бироқ, сўнгги ўн йилда интернетнинг ОАВдан кўра таъсир доираси кенгайиб, аудиторияси кучайиб кетди. Интернетда юзлаб турли хил нашрлар, радио ва телевизион материаллар жойлаштирилгани ва шу билан унинг глобал аудиторияга кириш имкониятига эга бўлгани асосий ютуғи бўлди.

Телевидение орқали томошабин сўз ва тасвир уйғунлигини ҳис этган ҳолда молиявий инструментлардан фойдаланиш, молиявий маҳсулот ва хизматлар ҳақидаги қимматли маълумотлар, янгиликлар ва ахборотни жонли тарзда кузатиш орқали молиявий билимларини ошириш имконига эга бўлади.

Радио эса тингловчиларга уни хоҳ автомашинада, хоҳ йўлда, хоҳ телефон орқали онлайн тарзда тинглаш имконини бериш билан молиявий саводхонлик ҳақидаги янги билимларини бойитиш, кўпдан буён ўйлаб юрган молиявий саволларига жавоб олишда қўл келади.

Босма оммавий ахборот воситалари орқали ўқувчи иқтисодий ахборотларни сақлаб қўйиши, ўзи излаган кредит маҳсулотларини берувчи тижорат банки манзилларини ёзиб олиш ва молиявий соҳадаги энг янги инновация ютуқлари, янгиликлардан бохабар бўлиш имкониятини қўлга киритади.

Интернет нашрлари, ижтимоий тармоқлар, “YouTube” платформалари эса видео тарзида тақдим этилган информация ҳаволаларини сақлаб қўйиш,

уни қайта кўриш, зарур вақтда эслатма ўрнида фойдаланиш нуқтаи назаридан афзалликларга эга.

Юқоридаги оммавий ахборот воситаларининг ҳар бири ўзига хос хусусиятларга, кучли ва заиф томонларга эга. Ёзма сўз орқали ўз мазмунини ифода этувчи матбуотнинг ўзига хослиги, биринчи навбатда, радио ва телевидениега қараганда матнларнинг кўпроқ аналитик хусусиятга эгалигидадир. Ўқиш жараёнининг ўзи фикрлашнинг юқори даражадаги мавҳумлигини, тасаввурнинг фаол ишлашини, интеллектуал кескинликни назарда тутди. Натижада муаллиф билан ўқувчи ўртасидаги ўзаро муносабат янада яқинлашади. Шунингдек, газета ва журнал матнлари маълумот омбори сифатида қулайдир: уларга батафсил ўрганиш учун қайтиш мумкинлиги устуворлик касб этади. Яъни, улар ихчам, нусха кўчириш осон ва ҳоказо сифатларга эгалиги билан ҳам аҳамиятлидир.

Айнан ижтимоий тармоқлардан фойдаланиш бугунги дунёда маълумот тарқатишнинг кўпроқ талаб қилинадиган ва оммавий усули сифатида молиявий таълим олувчилар аудиториясини кенгайтиришга ёрдам беради. Ижтимоий медиа каналларининг ролини ошириш жараёнига таъсир қилувчи бир қатор омилларни таҳлил қилиш орқали аҳолининг молиявий саводхонлигини ошириш ва молиявий таълимда инфратузилмани яратиш учун турли мамлакатларда қўлланиладиган тегишли манбалар ва воситалар тўпламини ўрганишни тақозо этади. Шунингдек, аҳолининг молиявий жиҳатдан ажратиб қўйилган ва ўқимаган қатламлари учун таълим тадбирларини ташкил этишга ҳам эътибор қаратиш зарур ва шу нуқтаи назардан молиявий маҳсулотлар ва хизматлардан тенг фойдаланишни таъминлаш учун медиа каналлари ва молиявий таълим воситаларини тўғри танлашга аҳамият қаратиш лозим.

Оммавий ахборот воситалари айнаи вақтда аҳолининг молиявий таълимига оид кўплаб материалларни мунтазам равишда чоп этмоқда. Молиявий саводхонлик бўйича мавзулар босма ва электрон оммавий ахборот воситалари орқали кўпроқ тақдим этилади. Жойлаштирилган

материалларнинг асосий камчиликлари ушбу маълумотлардаги аниқ тузилиш ва тизимли тақдимотнинг етишмаслигидир.

Хорижий давлатларда аҳолининг молиявий саводхонлигини такомиллаштириш бўйича турли дастурларни амалга ошириш тажрибаси шуни кўрсатадики, бу йўналишдаги билимларни максимал даражада аҳолига тақдим этиш ва кенгрок аудиторияни жалб қилиш учун телеканалларнинг имкониятларидан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир. Босма нашрлар ва телевидение, радио, тематик конференциялар ва ахборот-маърифий характердаги маърузалар биргаликда самарали иқтисодий хулқ-атворнинг цивилизациялашган кўринишларини шакллантиришда синергетик таъсир кўрсатади.

Телевидение ва радио хилма-хил аудиторияни қамраб олган энг кучли ахборот каналларидир. Давлат бюджети учун ихтисослаштирилган дастурларнинг зарурлиги ва етишмаслиги молия бозорининг барча иштирокчилари томонидан қайд этилади. Аҳолининг молиявий саводхонлигини ошириш жараёнида телевидение ва радио репертуарининг доираси ижтимоий реклама, ахборот дастурлари, ток-шоулар, серияли дастурлар каби шаклларни ўз ичига олиши мумкин.

Халқаро амалиётда аҳолининг турли тоифалари ва муайян мақсадли аудиторияга қаратилган ОАВ билан ҳамкорликдаги дастурлар талайгина. Уларнинг аксарияти мактаб ва олий таълим тизимида, бошқалари эса иқтисодий жиҳатдан фаол аҳоли қатламида, бошланғич тадбиркорларга ва кичик бизнес вакилларида қаратилган. Ушбу мақсадли гуруҳ учун асосий эътибор кундалик шахсий бюджетни бошқариш ва молиявий режалаштириш ҳисобланади (масалан, Голландиядаги “Stay positive” ва Буюк Британиядаги “Money Help” дастурлари каби).

Сўнгги йилларда молиявий саводхонликни ошириш мақсадида интернет дастурларидан кенг фойдаланилмоқда. Улардан энг эътиборлиси, Европа Иттифоқи ҳудудидаги “Dolceta” дастури ҳисобланади.

"Жасоратлилар учун олтин: поляклар ва пул" дастури (Польша) Голландия телевидениесидаги продюсерлар томонидан умуммиллий телешоулар учун мослаштирилган форматга асосланган. Дастур миллий телекўрсатувлар форматида тақдим этилган (ТВН каналида давомийлиги 120 дақиқа). Кўрсатувда томошабинлар шахсий молия, иқтисодийнинг бир нечта йўналишлари, жумладан, пул ва пул-кредит сиёсати, жамғарма ва инвестициялар мавзулари бўйича ўз билимларини синаб кўришади.

Жанубий Африка минтақасида йўлга қўйилган "Молиявий футбол" ўйини телевизион ва интернет орқали ташкил этилган. Ушбу ўйин тарзидаги телевизион маҳсулот интернетдан фойдаланишга асосланганлиги боис фақат мактаб ўқувчилари, талабалар ва аҳолининг бой қатламини қамраб олган. Диққатга сазовор жиҳати, Жанубий Африкада Интернетнинг мавжудлиги даражаси атиги 10 фоиз бўлганлиги сабабли, ушбу ўйин аҳолининг компьютер ва телевизорга эга бўлган қатлами учун мўлжалланган.

Халқаро амалиётда миллий миқёсдаги дастурлар кенгрок аудиторияни қамраб олиши учун молиявий саводхонликка оид билимларни ўзлаштиришга барча коммуникация каналлари, шу жумладан, босма оммавий ахборот воситалари, телевидение, радио, интернет нашрлари имкониятларидан тўлиқ фойдаланишга ҳаракат қилинади.

ИХРТ Европа мамлакатлари минтақасида молиявий саводхонликни ошириш бўйича аниқ дастурларнинг қисқача шарҳи ва ҳисоботига кўра, турли ташкилотларнинг ташаббуслари, уларнинг ОАВ ҳамкорлигидаги дастурлари ва ютуқлари амалий тадқиқотлар шаклида тасвирланган. Молиявий саводхонлик дастурларининг муваффақиятли намуналари сифатида кўриб чиқилиши мумкин бўлган лойиҳалар орасида хусусан: "Келажак учун жавобгарлик" (АҚШ), "Молия ва Педагогика" (Франция), "Молиявий ҳайдовчилик гувоҳномаси" (Австрия), "Пенсияларни тежаш" (Швеция), "Келажакнингизни режалаштиринг" (Польша), "Ишда молиявий саводхонлик: пул топинг" (Буюк Британия), "Пул музокаралари!" (Венгрия), "Молиявий

Саводхонлик. Пулни тушуниш” (Австралия) каби дастурларни қайд этиш мумкин.

Агар яқин тарихга назар ташлайдиган бўлсак, мустақиллик йилларида молиявий саводхонлик мавзуси жуда кам ёритилганлигини кўриш мумкин. Аниқроқ айтганда, 2017 йилдан бошлаб молиявий саводхонлик мавзусига бот-бот мурожаат қилиш бошланди. Илмий иш доирасида ретроспектив таҳлил учун Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси архив фондидан 1991-2017 йиллар оралиғида эфирга узатилган иқтисодиёт мавзусидаги кўрсатувлар ўрганилганида, улардан деярли барчаси мавзу ва мазмун жиҳатидан кўпроқ молиявий саводхонлик эмас, балки давлатнинг иқтисодий сиёсати, иқтисодиётнинг юксалаётганлиги, иқтисодиёт соҳасига тааллуқли кўрсаткичлар, молия муассасаларининг янгиланиб, натижада аҳолига хизмат кўрсатиш сифатининг ошиб бораётганлиги каби мавзуларни қамраб олганлигига гувоҳ бўлиш мумкин. Кўрсатувлар асосан бирёқлама характерга эга бўлиб, аудиторияга фақатгина ахборот бериш, маълумот етказиш вазифасини бажарган. Фақатгина 1997 йилда эфирга узатилган “O`zbekiston” телеканали орқали “Иқтисодиёт алифбоси”, “Yoshlar” телеканали орқали эфирга берилган “Рўзғор мактаби” кўрсатувларида молиявий саводхонлик элементларини учратиш мумкин холос.

Бу йилларда пул, шахсий молия, маблағни кўпайтириш мавзулари гўё таққ остида эди. Шу боис ҳам бу даврда аҳолининг молиявий саводхонлигини оширишга қаратилган дастурлар, кўрсатувлар, радиоэшиттиришларни учратиш мушкул.

Сўнгги 5 йил давомида Ўзбекистон ОАВда молиявий саводхонликни оширишга қаратилган дастурлар кўпайиб бормоқда. Кузатишларимиз натижаларига кўра, республика миллий ва хусусий телерадиоканаллари орқали эфирга узатиладиган “М-фактор”, “Импульс”, “Банк ва фаровонлик” (“Toshkent” телеканали), “Бизнес-хафта” (“O`zbekiston” телеканали), “Start up club”, “Индекс” (“Yoshlar” телеканали), “Бизнес Инвестмен” (“Менинг юртим” телеканали), шунингдек, (“O`zbekiston-24” телеканалининг “Axborot”

дастурлари ва “Uzreport” телеканалидаги янгиликлар ҳамда Марказий банк билан ҳамкорликда тайёрланган “Молиявий саводхонлик” таълим лойиҳаси каби дастурларда молиявий саводхонлик масалалари мунтазам ёритиб борилмоқда.

Республикамиз радио тўлқинларида эса “Avtoradio” орқали ҳафтанинг душанбадан жума кунигача молиявий саводхонлик дастури орқали савол-жавоб, “Oriat Dono” радиоси орқали эса ҳар кунлик “Таваккал” радиодастурини мисол тарзида келтириш мумкин.

Босма нашрларда ҳам молиявий саводхонлик мавзусидаги рукнлар ва мавзулар кўп учрайди. Масалан, “Хуррият” газетасининг март ойидаги сониди Ислон Асилбековнинг “Ҳамкасбимиз нега чув тушди?” сарлавҳали мақоласи ёки “Yangi O`zbekiston” газетасининг “Korzinka.uz” савдо тармоғи кассаларига банк карталардаги пулни нақдлаштиришга рухсат берди” номли мақолалари орқали ўқувчилар банк карталаридан фойдаланишда муайян қоидаларга амал қилиш лозимлиги, рақамли тўлов воситаларининг аҳамияти ва афзалликлари хусусида маълумот олиш имконига эга бўлдилар.

Аҳолининг молиявий саводхонлиги ва иқтисодий билимларини ошириш борасида интернет нашрлари ва блогерлар фаол иштирок этишмоқда. Улар орасида “kun.uz” нашрининг “Қашшоқ давлатларнинг қашшоқлиги сабаби. Жеймс Робинсон Тошкентда маъруза қилди” сарлавҳали (20.03.2023 й.) мақоласи ўқувчилар учун нега айрим давлатлар бой, айримлари камбағал деган саволга жавоб олиш баробарида кўплаб молиявий, иқтисодий масалаларга креатив ва қизиқарли кейслар ёрдамида ёндашилганлиги билан аҳамиятли дейиш мумкин. “Daryo.uz” сайтининг алоҳида “Пул” рубрикаси орқали ҳам фойдаланувчиларга молия, иқтисодиёт соҳасидаги янгиликлар ва информациялар бериб борилаётганлиги ҳам эътиборга молик. Интернетдаги блогерлар орасида айнан молиявий саводхонлик мавзусига ихтисослашган “moliya.uz” , “BiznesRivoj” каналлари эса фойдаланувчиларга молиявий саводхонликнинг деярли барча йўналишларида молиявий таълим дастури сифатида кўмакчи вазифасини ўтамоқда.

Аслини олганда молиявий инқирозлар, иқтисодий ислохотлар шароитида, шунингдек, иқтисодий ноаниқлик даврида оммавий ахборот воситалари нафақат аҳоли учун муҳим бўлган иқтисодий информация ва маълумотларнинг таржимони сифатида бўй кўрсатади, балки оммага иқтисодий вазиятни бошқаришда ҳам ёрдам беради. Бу ўринда ОАВ, телевидение ва интернет ресурсларининг аҳолининг хатти-ҳаракатлари ва молиявий қарорларни қабул қилишига таъсир кўрсатиш кучини етарлича баҳолаш мумкин. Чунки улар иқтисодий масалалар бўйича экспертлар хулосаларини томошабин ва ўқувчилар эътиборига тақдим этадилар ва бу орқали аҳоли иқтисодий ҳуқ-атворининг асоси бўлган молиявий фикрлашни шакллантиришга сезиларли таъсир кўрсатадилар.

Замонавий ахборот муҳити йирик, турли хил нашрлар ва информациялар билан тўйинганлигига қарамай, ишончли ва ҳолис молиявий иқтисодий маълумотларни излаб топиш қийин вазифа бўлиб қолмоқда. Биринчидан, расмий бизнес нашрлари макроиқтисодий муаммоларга эътибор қаратишни афзал кўришади. Бу эса минтақа аҳолисининг молиявий-иқтисодий ҳаракатлари учун қўлланма бўлиб хизмат қилиши мумкин эмас. Иккинчидан, ижтимоий ва сиёсий барқарорликни таъминлаш мақсадида кўплаб ҳукумат нашрлари ва ОАВ долзарб иқтисодий мавзулар тақдимотини ҳолис таҳлил қилишдан воз кечадилар. Натижада эса уларнинг ахборот контенти таркибининг катта қисми мавҳум мавзулардаги тарғибот материаллари ва мулоҳаза юритиш элементлари билан тўлиб-тошганлигини кузатамиз .

Бирор ҳудуд ёки минтақанинг иқтисодий хусусиятларини тушунтиришга қодир бўлган маҳаллий молиячи мутахассислар билан ўзаро алоқада бўлиш имконияти маҳаллий бизнес нашрларининг ролини оширади. Шу жиҳатдан пандемия даврида давом этган иқтисодий таназзул ва мамлакатдаги молиявий-иқтисодий саводхонликнинг ўта паст даражаси шароитида жамият томонидан аниқ ва ҳолис ахборотга талаб кучайган бир пайтда одамлар етарли ва ишончли маълумотларни кенг ёритишга қодир бўлган ОАВга муҳтож.

Маълумки, муайян сабабларга кўра, катта ёшли аҳолининг молиявий саводхонлигини ошириш билан боғлиқ жараён анча мураккаб. Биринчидан, иш билан банд бўлган фуқаролар учун вақт етишмаслигини ҳисобга олсак, иш жойида ташкил этилиши мумкин бўлган ихтисослаштирилган курсларнинг камлиги, катта ёшли инсонларни мавзуга оид таълим дастурлари орқали қамраб олинишини деярли имконсизга чиқаради. Иккинчидан, ўрганишга бўлган ҳоҳишнинг етишмаслиги ҳам катталарнинг молиявий таълим олишида янги билимларни ўзлаштириш жараёнини сезиларли даражада мураккаблаштиради. Юқорида санаб ўтилган омилларни ҳисобга олган ҳолда, катта ёшлилар учун молиявий саводхонликни оширишда фойдаланишнинг энг қулай ва юқори самарадорликка эришиш воситаси бу – оммавий ахборот воситаларидир.

ОАВ кенг томошабинлар аудиториясини қамраб олиш билан бирга, бошқа дастур ва воситаларга нисбатан кам харажатли эканлиги ҳамда ижтимоий гуруҳларнинг ҳар бир қатлами учун ахборотнинг қулай ва жозибали тарзда тақдим этиш ва етказиб бериш шаклларига эгаллиги билан муҳим аҳамиятга эга. Бундан ташқари, ОАВнинг аҳоли молиявий дунёқарашига тўғридан-тўғри таъсир кўрсатиш функциясидан келиб чиқадиган бўлсак, унинг роли жамоатчилик ишончининг юқори даражаси билан таъминланганлигида изоҳланади.

Шу билан бирга, ОАВ аҳолининг молиявий саводхонлигини ошириш воситаси сифатида кутилган натижага эришиш учун касб соҳаси ходимлари молиявий-иқтисодий материаллар асосида ишлаш учун тегишли кўникма ва билимларга эга бўлишлари керак. Сабаби, аудитория айнан журналист фикрлари ва тавсиялари асосида тўғри молиявий қарорларни қабул қиладилар. Табиийки, бу жараёнда оммавий ахборот воситаларига қўйиладиган талаблар юзага келади. Булар:

- 1) телевизион кўрсатувлар ва шоу-дастурларининг сифати ва савиясини ошириш;

2) аҳолининг кўп сонли аудиториясини қамраб олиши мумкин бўлган телевизион дастурларнинг қулай форматини топиш борасида тадқиқотлар ўтказиш;

3) телевидение ва радио дастурларини интернетга интеграция қилиш;

4) молиявий саводхонлик мавзуларига ихтисослашган журналистларнинг билим ва малакасини мунтазам равишда ошириб бориш. Шу мақсадда журналист кадрларни ўқув курслари, семинарлар ва тренингларга жалб қилиш;

5) бизнес нашриётлар томонидан чоп этиладиган ахборотларнинг холис таҳлилини тақдим этиш;

6) турли мақсадли аудиториялар учун информацион материаллар ва коммуникация маҳсулотларини ишлаб чиқиш;

7) интернет орқали ахборот ва телекоммуникация тармоғида ахборот-таълим ресурсларини яратиш ва қўллаб-қувватлаш.

Оммавий ахборот воситалари орқали молиявий саводхонлик мавзусидаги дастурларни ташкил этиш ва уни омма эътиборига тақдим этишда қуйидаги жиҳатларга эътибор қаратиш мақсадга мувофиқ:

1. Бозорда мавжуд бўлган молиявий воситалар ва хизматлар тўғрисида аҳолининг хабардорлигини ошириш.

2. Шахсий молияни тўғри бошқариш, шу жумладан, жамғарма, инвестиция, бюджетни режалаштириш ва ҳоказолар тўғрисида маълумот бериш.

3. Молиявий масалалар бўйича эксперт хулосаси ва маслаҳатларини тақдим этиш (масалан, кредит маҳсулотларини танлаш, суғурта хизматлари ва бошқ).

4. Аҳоли учун молиявий саводхонликни оширишга қаратилган ўқув тадбирларини ташкил этиш (масалан, семинарлар, вебинарлар, тренинглар ва бошқ).

5. Молиявий саводхонлик материалларини турли форматларда нашр этиш (масалан, мақолалар, видеолар, подкастлар ва бошқ).

6. Медиа веб-сайтларида молиявий саводхонлик ва шахсий молияга бағишланган ихтисослаштирилган бўлимларни яратиш.

7. Муаммога эътиборни жалб қилиш ва молиявий саводхонликни ошириш дастурларини янада ривожлантиришни рағбатлантириш учун аҳолининг молиявий саводхонлиги бўйича тадқиқотлар ўтказиш ва натижаларини оммавий ахборот воситаларида эълон қилиш.

Хулоса ўрнида айтиш жоизки, аҳоли молиявий саводхонлигини оширишда ОАВнинг ўрни бекиёсдир. Республикада ОАВ орқали иқтисод ва молия мавзулари мунтазам равишда кенг ёритилади, бироқ аҳолининг молиявий саводхонлигини оширишга қаратилган мавзуларни ҳамма вақт ҳам учратавермаймиз. Хорижий мамлакатлар тажрибасига назар ташлаганимизда молиявий саводхонлик йўналишида нафақат телевизион, интернет нашрлари ёки радио орқали ёритиладиган дастурлар, балки, яхлит бир телеканал (масалан, ФинграмТВ интернет телеканали) ёки бизнес нашр сифатида фаолият юритувчи ОАВни учратиш мумкин. Республикамиз миқёсида эса бундай нашрлар ва каналлар сони оз учрайди. Бу рўйхатга фақатгина Узрепорт ТВ ва баъзи телеграм каналларнигина киритиш мумкин, холос. Бу борада эса Ўзбекистонда бизнес нашрлари сонини кўпайтириш, молиявий саводхонлик телевизион интернет каналларини жорий қилиш, 24/7 асосида эфирга узатиладиган молиявий саводхонлик радиоканалларига асос солиш каби муҳим вазифалар турибди.

Фуқароларнинг молия соҳасидаги билимларини оширишда ОАВнинг, жумладан, телевидение, радио, босма нашрлар, газета-журналлар, интернет нашрлари, блогерлар, журналист, мутахассислар ва экспертлар ҳамкорлигини кучайтириш – мамлакатнинг барқарор ижтимоий-иқтисодий ривожланишини таъминлаш, юқори ўсиш суръатлари, фаол тадбиркорлик ҳамда тўлиқ бандлик даражасига эришишнинг муҳим шартидир.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. [Http://www.fsa.gov.uk/Pages/About/Who/index.shtml](http://www.fsa.gov.uk/Pages/About/Who/index.shtml).
2. [Http://www.dolceta.eu/malta/](http://www.dolceta.eu/malta/)
3. TVN – Польшанинг ТВ-каналы.
4. Survey of financial literacy schemes in the EU27.
5. <https://uzhurriyat.uz/2023/03/08/hamkasbimiz-nega-chuv-tushdi/>
6. <https://yuz.uz/uz/news/korzinkauz-savdo-tarmogi-kassalariga-bank-kartalaridagi-pulni-naqdlashtirishga-ruxsat-berdi>
7. <https://kun.uz/71889065>
8. <https://t.me/moliyauzbek>
9. <https://t.me/BiznesRivoj>
10. <https://smotri-online.at.ua/publ/fingramtv/1-1-0-411>