
**THE IMPORTANCE OF THE IMPLEMENTATION OF TELEVISION
PROGRAMS ON FINANCIAL LITERACY BY INTERNATIONAL
FINANCIAL ORGANIZATIONS**

Xushnoza Mahmudova

O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikasiyalar
Universiteti mustaqil tadqiqotchisi, O'zbekiston Respublikasi

Markaziy banki boshqarma boshlig'i.

xushnozamahmudova8@gmail.com

+998(99)8776787

Abstract

This article analyzes various programs in the financial literacy and economic direction broadcast by international organizations, research by foreign economists on issues of improving financial literacy of the population through television programs, TV shows on the topic of financial literacy on foreign TV channels, information boards, TV shows. The article also explores the television projects of international organizations, the role and influence of television programs in the process of increasing the financial literacy rate of the population, and the requirements for it.

Keywords: financial literacy, media, television, television programs, financial literacy shows and talk shows, financial product, TV audience, financial skills, financial skills, financial instruments, financial messages, financial knowledge.

**ВАЖНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫМИ
ФИНАНСОВЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ
ПРОГРАММ ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ**

Аннотация

В данной статье проанализированы различные программы по финансовой грамотности и экономической направленности, транслируемые по телевидению международными организациями, исследования зарубежных ученых-экономистов по вопросам повышения финансовой грамотности населения посредством телевизионных программ, телепередачи, информационные ролики, телепередачи по вопросам финансовой

грамотности на зарубежных телеканалах. Также в статье исследуются телевизионные проекты международных организаций, роль и влияние телевизионных программ в процессе повышения уровня финансовой грамотности населения, требования к ним.

Ключевые слова: финансовая грамотность, средства массовой информации, телевидение, телевизионные программы, шоу и ток-шоу о финансовой грамотности, финансовый продукт, аудитория телеканалов, финансовые навыки, финансовые навыки, финансовые инструменты, финансовые сообщения, финансовые знания.

XALQARO MOLIYAVIY TASHKILOTLAR TOMONIDAN MOLIYAVIY SAVODXONLIK BORASIDAGI TELEVISION DASTURLARNI AMALGA OSHIRISHNING AHAMIYATI

Annotatsiya

Ushbu maqolada xalqaro tashkilotlar tomonidan televideniye orqali efirga uzatilgan moliyaviy savodxonlik va iqtisodiy yo'nalishdagi turli dasturlar, xorijiy iqtisodchi olimlarning television dasturlar orqali aholi moliyaviy savodxonligini oshirish masalalari bo'yicha izlanishlari, xorijiy telekanallardagi moliyaviy savodxonlik mazusidagi teleko'rsatuvlar, axborot lavhalari, teledasturlar tahlil qilingan. Shuningdek, maqolada xalqaro tashkilotlarning television loyihalari, aholining moliyaviy savodxonlik darajasini oshirish jarayonida television dasturlarning o'rni va ta'siri, unga qo'yiladigan talablar ham o'rganilgan.

Kalit so'zlar: moliyaviy savodxonlik, ommaviy axborot vositalari, televidenie, television dasturlar, moliyaviy savodxonlikka oid ko'rsatuvlar va tok-shoular, moliyaviy mahsulot, telekanallar auditoriyasi, moliyaviy ko'nikma, moliyaviy mahorat, moliyaviy instrumentlar, moliyaviy xabarlar, moliyaviy bilimlar.

Kirish

Marshal Mak-Loaxan fikriga ko'ra¹, bola maktabga borishidan oldin kamida besh yil televideniedan ta'lim oladi. Ommaviy axborot vositalari, ayniqsa, televideniening eng muhim funktsiyalaridan biri – madaniylashtirish jarayoniga yordam berishdir. Jamiyatda asrlar davomida o'rnatilgan me'yorlar, saqlanib kelinayotgan moliyaviy qadriyatlar, biznes g'oyalar va hokazolarni bolalar aksar hollarda ota-onalar yoki o'qituvchilardan emas, balki televidenie orqali o'rganishadi. Ikkinchi tomondan, bola salbiy illatlarni ham televideniedan o'rganishi mumkin. Aslini olganda oila va ta'lim-tarbiya tizimi tegishli moliyaviy tushunchalarni bolalar ongiga singdiradigan markazlar bo'lishlari lozim. Lekin yuqorida ta'kidlanigandek, televidenie har bir oilaning "a'zosi"ga aylanganini inobatga oladigan bo'lsak, uning ta'sirini ham ahamiyatsiz qoldirib bo'lmaydi.

Ayni paytda esa an'anaviy telekanallar, translyasiya tarmoqlari, kabel televideniyesi va hatto "youtube" orqali ham moliyaviy va iqtisodiy savodxonlik haqida foydali ma'lumotlar va kontentni tomosha qilish, shuningdek, qiziqarli tarzda taqdim etiladigan barcha turdagi teleserial, videodarslarni ko'rish mumkin. Ushbu ko'rsatuvlar odatda o'z formatlarida biznes egalarining yillar davomidagi to'plagan qimmatli tajribalari yoki muammoga duch kelgan oddiy odamlarning moliyaviy qiyinchiliklarni qanday qilib engib o'tgani haqidagi hayotiy hikoyalarni aks ettiradi. Ba'zi teledasturlar intervyu asosiga qurilgan bo'lsa, boshqalari savol-javob formatiga amal qiladi, yana ba'zilari esa biznes namoyondalari va boshqa qiziqarli intervyuerlar bilan jonli suhbatlar o'tkazadi.

- Mavzuga oid adabiyotlar tahlili (Literature review). Ushbu mavzudagi dastlabki tadqiqotlar materiallari 1999 yildan e'tiboran chop etila boshlandi. Iqtisodiyot jurnalistikasi, OAV va televizion loyihalarda moliyaviy savodxonlik masalalarining yoritilishi bilan bog'liq mavzular A. Levitt, R. Islam, U. Dankerli, B. O. Nelli, E. Zamvolt, M. Gatter, Dj. Bechmanb, O. Vixrova, A. V. Zelentsova, E. A. Bliskavka, D. Demidov tomonidan tadqiq etilgan.

Moliyaviy savodxonlikni oshirish dasturlarining ommaviy axborot vositalari orqali amaliyotga joriy qilinishi kambag'allikni qisqartirish va unga qarshi kurashishning muhim mezon ekanligi haqida mahalliy olimlar N. Jumayev, O. Do'stmuxammedov, A. Vaxobov, M. Obilov, D. Tajiboyeva kabi tadqiqotchilar tomonidan ilmiy izlanishlar olib borilgan.

¹ Anderson, J.A. (1983) Television Literacy and the critical viewer. In J. Bryant & D.R. Anderson, (Eds). Children's understanding of television: research on Children's attention and comprehension. New York: Academic Press.

- Tadqiqot metodologiyasi (Research Methodology). Ushbu tadqiqotning maqsadi moliyaviy savodxonlik va moliyaviy ta'limni yaxshilash borasidagi television dasturlarni amalga oshirishning milliy va xalqaro tajribasini tahlil qilish orqali televideniyeining moliyaviy savodxonlikni oshirish jarayonidagi rolini aniqlashdir. Tadqiqot jarayonida tizimli tahlil, tarixiylik va mantiqiylik, analiz va sintez, qiyosiy tanlab tadqiq qilish usullari qo'llanilgan.

- Tahlil va natijalar (Analysis and results). Televidenie orqali moliyaviy savodxonlik va moliyaviy ta'lim dasturlarini amalga oshirishning xalqaro tajribasiga to'xtalar ekanmiz, avvalo moliyaviy savodxonlik yo'nalishidagi yirik xalqaro kompaniya va korporasiyalar tomonidan yo'lga qo'yilgan television loyihalarni ko'rib chiqish o'rinlidir. Bu borada jahon miqyosida moliyaviy savodxonlikni oshirish yo'nalishida iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti (IHTT) ning television dasturlari va loyihalari ahamiyatga molik. Xususan, tashkilot 2003 yildayoq moliyaviy ta'lim va moliyaviy savodxonlikning umumiy tamoyillari va standartlarini ishlab chiqish maqsadida hukumatlararo loyihani boshladi. 2008 yilda IHTT bu ta'lim, axborot va tadqiqot dasturlarini amalga oshirishni muvofiqlashtiruvchi mexanizmi sifatida faoliyat yuritadigan "moliyaviy savodxonlik xalqaro portali"ni ishga tushirdi². Hozirgi kunda dunyoning 75 mamlakatidagi 150 dan ortiq turli moliyaviy institutlar ushbu portalning a'zosi hisoblanadi.

IHTT tomonidan Evropa Ittifoqida amalga oshirilgan yirik loyihalardan biri bu "Dolceta" dasturi bo'lib, unda Evropa mintaqasining davlati tomonidan xalqaro miqyosda olib boriladi³. Ushbu dastur Evropa Ittifoqidagi 25 ta mamlakatda Internet loyiha sifatida yo'lga qo'yilgan. 10 ga yaqin davlatlarda "Dolceta" dasturi televidenie bilan hamkorlikda amalga oshirilgan.

Xalqaro miqyosda faoliyat yurituvchi "Global Money Week" tashkiloti ham aynan moliyaviy savodxonlik va moliyaviy ta'lim dasturlarini amalga oshirish bilan shug'ullanadi⁴.

² <http://www.financial-education.org>

³ www.dolceta.eu

⁴ <https://www.globalmoneyweek.org/gmw-resources.html>



E- Global Congress

Hosted online from Dubai, U. A. E., E - Conference.

Date: 30th August, 2023

Website: <https://eglobalcongress.com/index.php/egc>

ISSN (E): 2836-3612

18-24 March 2024

GMW is an annual global awareness-raising campaign on the importance of ensuring that young people, from an early age, are financially aware, and are gradually acquiring the knowledge, skills, attitudes and behaviours necessary to make sound financial decisions and ultimately achieve financial well-being and financial resilience.

The 12th edition of GMW will take place on 18-24 March 2024.

[Learn more](#)

 176 countries took part since 2012	 53,000,000 children & young people reached since 2012	 219,000,000 people reached during GMW2021	 16,200 organisations took part in GMW2021
---	--	--	--

Throughout 10 editions, starting in 2012, the Campaign has reached over 53 million children and young people in 176 countries worldwide.



"Global Money Week" – bolalar va yoshlarning moliya, tijorat, pul, iqtisod sohalaridagi xabardorligini oshirish bo'yicha bilim va ko'nikmalarini oshirishga qaratilgan har yili o'tkaziladigan global ta'lim kampaniyasi hisoblanadi. Unda moliyaviy ta'limning hamda bolalar va yoshlarni moliya sohasiga jalb qilishning muhim ahamiyati to'g'risida xabardorlikni oshirish maqsadida dunyoning turli mamlakatlari ishtirok etishadi. 2012 yildan boshlangan ushbu moliyaviy ta'lim kampaniyasi, dunyo bo'ylab 176 mamlakatda o'tkazilib, 53 milliondan ortiq bolalar va yoshlarni qamrab olishi bilan ahamiyatlidir. Masalan, 2022 yilda O'zbekistonda "Jahon pul haftaligi" (Global Money Week 2022) tadbiri doirasida o'qituvchi va o'quvchilar uchun Markaziy bank tomonidan o'tkazilgan ta'lim loyihasi 21 ta tijorat banki tomonidan ham amalga oshirilib, respublika bo'yicha 220 dan ortiq umumta'lim maktablarida tanlovlar tashkil etildi⁵.

Tashkilotning bolalar va yoshlar moliyaviy savodxonligini oshirishga qaratilgan ko'plab mamlakatlarda yo'lga qo'yilgan televizion loyihalari e'tiborga molik. Misol tariqasida "Global Money Week" kompaniyasi va Yaman Markaziy banki hamkorligidagi "mablag'ingizni rejalashtiring, kelajak uchun sarmoya kiriting" shiori ostida Yaman Markaziy telekanalida efirga uzatilgan "Ilhomlantiruvchi

⁵ <https://t.me/centralbankuzbekistan/6294>



g'oyalar" ko'rsatuvida yamanlik Zed ismli bolakay orzusini maqsadga aylantirib, pul yig'adi va tomoshabinlar uning g'oyasi uchun ovoz beradilar. Shu yo'l bilan bolakay orzu qilgan velosipedni sotib olish uchun jamg'arma yig'iladi. Loyiha yakunida Zed yig'ilgan mablag'ga orzusidagi velosipedni sotib olishga muvaffaq bo'ladi⁶.

Moliyaviy savodxonlikni oshirish missiyasi ustuvor bo'lgan xalqaro kompaniyalardan biri bu "Visa" bo'lib, kompaniyaning qariyb yigirma yil davomida amalga oshirilgan moliyaviy savodxonlik dasturlari tufayli 30 dan ortiq mamlakatlarda millionlab bolalar va kattalar o'z pullarini malakali boshqarishni o'rgandilar⁷. Ushbu dasturlarning maqsadi odamlarga pulni qanday boshqarishni aniq tushunishlariga ko'maklashish va shu bilan birga moliyaviy xizmatlardan foydalanish imkoniyatini yaratib berishdan iborat. Kompaniya dunyo bo'ylab mahalliyashtirilgan moliyaviy savodxonlik veb-saytlariga ega bo'lib, ular auditoriyasini millionlab foydalanuvchilar, jumladan, ota-onalar, o'qituvchilar, talabalar va maktablarda yoki uyda o'qish uchun bepul, yuqori sifatli shaxsiy moliyaviy ma'lumotlarni izlayotgan iste'molchilar tashkil etadi.

2012 yildan boshlab "Visa" kompaniyasi "Financial Times" bilan hamkorlikda Hindiston, Sharqiy Evropa, Keniya, yaqin Sharq, Braziliya va Xitoyda bir qator yuqori darajadagi tadbirlar va anjumanlar o'tkazdi. Ushbu konferentsiyalar butun dunyo bo'ylab aholining moliyaviy ta'limiga eng muhtoj, ehtiyojmand qatlami uchun qaratilgan bo'lib, shu toifadagi odamlarning moliyaviy savodxonligini oshirishga bag'ishlandi.

"Visa" kompaniyasining moliyaviy savodxonlik sohasida butun dunyo bo'ylab keng tarqalgan ommaviy loyihalaridan biri bu "moliyaviy futbol" ("Financial Football") dasturidir. Ushbu loyihaning jozibadorligi tufayli 41 mamlakatda 15 ta tilda mavjud bo'lgan "moliyaviy futbol" ("Financial Football") dasturidan foydalanuvchilar soni hozirda 5 milliondan oshdi. Ushbu dastur avvalo Internet orqali yo'lga qo'yilgan o'yin bo'lib, ba'zi mamlakatlarda televidenie orqali ham efirga uzatilgan.

⁶ <https://www.facebook.com/watch/?v=170221652597853>

⁷ https://cis.visa.com/ru_TJ/about-visa/financial-inclusion-literacy.html

E- Global Congress

Hosted online from Dubai, U. A. E., E - Conference.

Date: 30th August, 2023

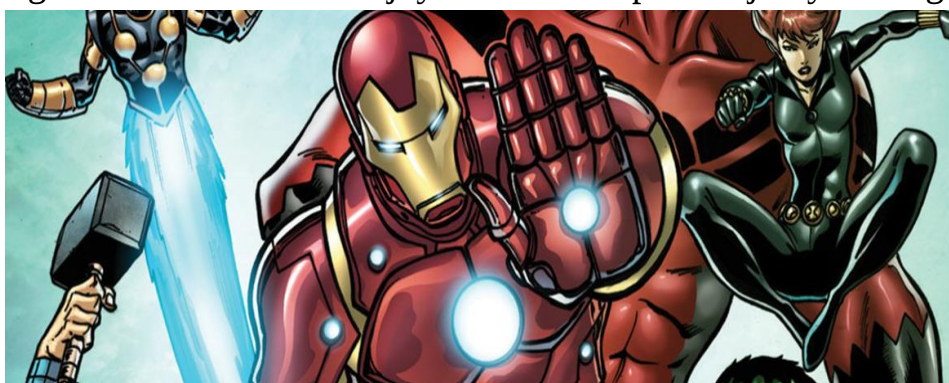
Website: <https://eglobalcongress.com/index.php/egc>

ISSN (E): 2836-3612



3-rasm. "Moliyaviy futbol" ("Financial Football") dasturi Afrikada. (Keniya)

Kompaniya saytidagi so'ngi yangiliklardan biri bu - "Visa" va "Marvel" kompaniyalari hamkorlikda moliyaviy savodxonlik yo'nalishida bolalarga mo'ljallangan multfilmlar uchun ajoyib komikslar personajini yaratishganidir⁸.



4-rasm. "Visa" va "Marvel" kompaniyalari hamkorligida yaratilgan moliyaviy savodxonlik yo'nalishidagi bolalarga mo'ljallangan multfilmlar uchun komikslar personaji.

Bu personajlar 8 tilda gapira olishi bilan birga bolalarga shaxsiy moliyaviy jamg'armasini boshqarish kabi bilimlarni o'rgatishi bilan ahamiyatlidir. Qahramonlar Mole Man yovuz dushmani mag'lub etish uchun birlashadilar, bu yo'lda esa ularga muhim moliyaviy ko'nikmalarni o'rganish kerak bo'ladi. Yuqoridagi ma'lumotlarda xalqaro kompaniyalarning dunyo miqyosida yo'lga qo'yilgan yirik loyihalari, jumladan televizion yo'nalishdagi dasturlarning tahlilini

⁸ <https://www.practicalmoneyskills.com/resources/comics/avengers>

yuritdik. Tadqiqot ishida moliyaviy savodxonlik darajasi yuqori va aksincha, kontrast tasavvurga ega bo'lish maqsadida moliyaviy savodxonlik darajasi past bo'lgan hamda bu yo'nalishda yaxshi amaliyotga ega bo'lgan mamlakatlar tajribasini o'rganish ham dolzarb ahamiyatga ega.

- Xulosa va takliflar (Conclusion/Recommendations).

Televideniya moliyaviy savodxonlik va moliyaviy ta'lim dasturlarini amalga oshirish bo'yicha xalqaro tajribani tahlil qilishga asoslangan xulosalar quyidagicha bo'lishi mumkin:

1. Televizion moliyaviy savodxonlik va moliyaviy ta'lim dasturlari aholining, ayniqsa rivojlanayotgan mamlakatlarda moliyaviy savodxonlik darajasini sezilarli darajada oshirishga xizmat qiladi.
2. Dasturlarning sifati yuqori bo'lishi va ular samarali bo'lishi uchun auditoriya ehtiyojlarini inobatga olishi maqsadga muvofiq.
3. Teledasturlar keng auditoriyaga, shu jumladan turli darajadagi ma'lumot va daromadga ega odamlarga ham birdek tushunarli, oson tilda efirga uzatilishi kerak.
4. Telekanallar, davlat tashkilotlari va xususiy sektor o'rtasidagi hamkorlik yanada samarali dasturlarni yaratishga yordam beradi.
5. Televizion ko'rsatuvning ko'zlangan maqsadiga erishilganligini va teledasturlarni kelajakda yanada takomillashtirib borish uchun qanday o'zgarishlar kiritish mumkinligi borasida moliyaviy savodxonlik va moliyaviy ta'lim dasturlarining samaradorligini muntazam ravishda aniqlab borish, auditoriya orqali "feed back"ni o'rganish zarur. Ilmiy tadqiqotlar orqali televizion dasturlarning auditoriyaga ta'sir ko'rsatishini baholash samarali natijalarga olib kelishi mumkin.

Adabiyotlar(References)

1. Anderson, J.A. (1983) Television Literacy and the critical viewer. In J. Bryant & D.R.Anderson, (Eds). Children's understanding of television: research on Children's attention and comprehension. New York: Academic Press.
2. <http://www.financial-education.org>
3. www.dolceta.eu
4. <https://www.globalmoneyweek.org/gmw-resources.html>
5. <https://t.me/centralbankuzbekistan/6294>
6. <https://www.facebook.com/watch/?v=170221652597853>

E- Global Congress

Hosted online from Dubai, U. A. E., E - Conference.

Date: 30th August, 2023

Website: <https://eglobalcongress.com/index.php/egc>

ISSN (E): 2836-3612

7. https://cis.visa.com/ru_TJ/about-visa/financial-inclusion-literacy.html
8. <https://www.practicalmoneyskills.com/resources/comics/avengers>
9. Lusardi A., Mitchell O.S. Financial Literacy around the World: An Overview. NBER Working Paper. № 17107. Issued in June 2011. URL: <http://www.nber.org/papers/w17107.pdf>
10. Томпсон Т. Writing about Business: A New Guide to Economic and Business Journalism.- АКШ, Нью-Йорк: Columbia University Press, 2001.