

XALQARO TAJRIBADA MOLIYAVIY SAVODXONLIK BORASIDAGI TELEKO'RSATUVLARNING TEMATIK TARAQQIYOT TENDENSIYALARI

Xushnoza Ravshanbekovna MAHMUDOVA

Mustaqil tadqiqotchisi

O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti

O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki boshqarma boshlig'i

Toshkent, O'zbekiston

ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ ТЕМАТИКИ О ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ В ТЕЛЕПЕРЕДАЧАХ (международный опыт)

Хушноза Равшанбековна МАХМУДОВА

Независимый исследователь

Университет журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана

Начальник управления департамента Центрального банка Республики Узбекистан

Ташкент, Узбекистан

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF FINANCIAL LITERACY TOPICS ON TV (INTERNATIONAL EXPERIENCE)

Khushnoza Ravshanbekovna MAHMUDOVA

Independent researcher

Journalism and Mass Communications University of Uzbekistan

Head of the Department at the Central Bank of the Republic of Uzbekistan

Tashkent, Uzbekistan xushnozamahmudova8@gmail.com

UDC (UO'K, УДК): 654.197:336

For citation (iqtibos keltirish uchun, для цитирования):

Mahmudova X.R. Xalqaro tajribada moliyaviy savodxonlik borasidagi teleko'rsatuvlarning tematik taraqqiyot tendensiyalari// O'zbekistonda xorijiy tillar. — 2023. — № 5 (52). — B. 188-200.

<https://doi.org/10.36078/1697521047>

Received: August 28, 2023

Accepted: October 03, 2023

Published: October 05, 2023

Copyright © 2023 by author(s).

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

Annotatsiya. Maqolada xorijiy mamlakatlarning televideniye orqali efirga uzatilgan moliyaviy savodxonlik va iqtisodiy yo'nalishdagi turli dasturlar, xorijiy telekanallardagi moliyaviy savodxonlik mavzusidagi teleko'rsatuvlar, axborot lavhalari, teledasturlarning mavzu yo'nalishlari va zamonaviy tendensiyalari tahlil qilingan. Shuningdek, maqolada xorijiy telekanallardagi moliyaviy savodxonlik mavzusidagi teleko'rsatuvlar va dasturlar konsepsiyasi, shakli va tomoshabinlar auditoriyasiga ta'siri ham o'rganilgan. Maqolada asosan rivojlangan mamlakatlarning, jumladan, AQSh, Kanada, Buyuk Britaniya, Yaponiya kabi mamlakatlarning moliyaviy savodxonlik borasidagi ko'rsatuvlariga urg'u berilgan bo'lib, ayni davlatlarning moliyaviy savodxonlik borasidagi televizion ko'rsatuvlari, dasturlari va tok shoularining mavzuli tendensiyalari, bir-biriga o'xshash va farqli jihatlari tahlil qilingan. Unda aholi o'rtasida moliyaviy savodxonlik darajasini oshirishda maksimal samaraga erishish uchun mavzuni to'g'ri tanlash va ta'sir texnologiyalaridan foydalanish muhim ahamiyatga egaligi ta'kidlandi. Shuningdek, maqoladan moliyaviy savodxonlikka oid televizion dasturlar mavzu yo'nalishlarini shakliga ko'ra guruhlariga ajratishning tahlili, moliyaviy savodxonlik yo'nalishidagi teleko'rsatuvlar tahlili asosida belgilab olinadigan tematik tendensiyalar haqidagi xulosalar ham o'rin olgan.

Kalit soʻzlar: moliyaviy savodxonlik; televizion dasturlar; xalqaro telekanallar; iqtisodiy tahliliy dasturlar; tomoshabinlar auditoriyasi; moliyaviy muammolar.

Аннотация. В статье проанализированы тематические направления, современные тенденции развития финансовой грамотности в различных программах экономической направленности, транслируемых по телевидению зарубежных стран. В статье также рассматриваются концепция, форма и влияние на аудиторию телешоу и программ на тему финансовой грамотности на иностранных телеканалах. В статье основное внимание уделяется передачам о финансовой грамотности из таких развитых стран, как США, Канада, Великобритания, Япония, а также анализируются тематические тенденции, сходства и различия телешоу, программ и ток-шоу о финансовой грамотности тех же стран. Подчеркивается важность правильного выбора темы и использования технологий воздействия для достижения максимального эффекта в повышении уровня финансовой грамотности населения.

Ключевые слова: финансовая грамотность; телевизионные программы; международные телеканалы; экономические аналитические программы; аудитория; финансовые проблемы.

Abstract. The article analyzes thematic areas and current trends in the development of financial literacy in various economic programs broadcast on television in foreign countries. The article also examines the impact of television shows on the audience and programs on financial literacy on foreign television channels. The article focuses on programs about financial literacy from developed countries such as the USA, Canada, Great Britain and Japan. It analyzes the thematic trends, similarities and differences of television shows, programs and talk shows about financial literacy. The importance of choosing the right topic and using impact technologies to achieve maximum effect in increasing the level of financial literacy of the population is emphasized.

Keywords: financial literacy; television programs; international TV channels; economic analytical programs; audience; financial problems.

Kirish. Avvalo shuni taʼkidlash kerakki, rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarning moliyaviy savodxonlik borasidagi televizion dasturlarining tematik tendensiyalari bir-biridan farqli jihatlariga ega. Boisi, rivojlangan davlatlar deganda yuqori darajadagi iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanish, yuksak turmush darajasi va sifatli taʼlim darajasi, rivojlangan infratuzilma va barqaror siyosiy tizimga ega mamlakatlar tushuniladi. Masalan, AQSh, Kanada, Buyuk Britaniya, Germaniya, Fransiya, Yaponiya va Avstraliyani rivojlangan mamlakatlar qatoriga kiritish mumkin. Ushbu maqolada ayni davlatlarning moliyaviy savodxonlik borasidagi televizion koʻrsatuvlari, dasturlari va tok-shoularining tematik tendensiyalari oʻrganildi.

Rivojlangan mamlakatlarda moliyaviy savodxonlik haqidagi telekoʻrsatuvlar odatda kengroq va har xil mavzu yoʻnalishlariga ega boʻlib, moliyaviy bilimlar boʻyicha turli darajadagi tomoshabinlar auditoriyasi uchun mos keladi. Shuningdek, ular koʻpincha oʻyinlar,

tanlovlar va hayotiy misollardan foydalangan holda ma'lumotlarni yanada qulayroq va interaktiv shaklda taqdim etadilar.

Rivojlanayotgan mamlakatlarning moliyaviy savodxonlik borasidagi televizion dasturlari va shoularining tematik yo'nalishlari ko'pincha kichik biznes yoki qishloq aholisi hayoti haqida bo'lib, ular mavzu jihatidan tor auditoriyaga qaratilgan. Bundan tashqari, bu yo'nalishdagi televizion ko'rsatuvlarda mikrocredit yoki qishloq xo'jaligi kabi aniq masalalarga ham ko'proq e'tibor beriladi.

Rivojlangan mamlakatlarda moliyaviy savodxonlik haqidagi teleko'rsatuvlarga odatda katta byudjet sarf qilinadi. Ushbu dasturlar va tok-shoular boshdan oyoq, ya'ni uning konsepsiyasi va ssenariysidan tortib tashkiliy jihatlarigacha, boshlovchilar imiji va studiya dizaynigacha bo'lgan jarayonlarning barchasi professional darajadagi yondashuv asosida ishlab chiqiladi. Bu esa ularga yuqori sifatli effektlar va texnologiyalardan foydalanish imkonini beradi.

Bugungi kunda moliyaviy savodxonlik borasidagi televizion dasturlar mavzularining moliyaviy yangiliklar va axborot bilan ta'minlanganlik darajasi boshqa televizion ko'rsatuvlar orasida auditoriyaning moliyaviy savodxonlik sohasidagi axborotga bo'lgan ehtiyojini qondirish bilan asoslanadi.

Asosiy qism. Dunyodagi barcha mamlakatlarda aholining deyarli 70–80 foizi o'zi uchun zarur axborotni aynan televideniye orqali oladi. XXI asrda sun'iy yo'ldosh orqali axborot qabul qilish va uzatish jarayoni Butunjahon teletarmoqlari imkoniyatlarini nihoyatda oshirib yubordi. Axborot asrida axborot bilan uning iste'molchisi o'rtasidagi munosabatlar tubdan o'zgardi. Ilgari auditoriya vakillari mavjud axborotni qabul qilish va "hazm qilish"ga ulgurardi. Audiovizual jurnalistika va internet rivojlanishi bilan umumiy, yaxlit auditoriya degan tushunchalar o'z ahamiyatini yo'qotdi. Bugungi kunda inson axborotni emas, aksincha, axborot o'z iste'molchisini qidirishga kirishdi. Moliyaviy savodxonlik borasidagi televizion dasturlar haqida ham ayni shunday fikrni aytish mumkin. Jumladan, bu borada moliyaviy savodxonlik mavzusida efirga uzatiladigan dasturlarni shakliga ko'ra ikkiga ajratish mumkin:

1. Iqtisodiy va moliyaviy yangiliklar, xabarlarini uzatishga ixtisoslashgan telekanallar.

2. Moliyaviy savodxonlik mavzulariga ixtisoslashgan teleko'rsatuvlar, tok-shoular, dasturlar.

Birinchi holat haqida aytish mumkinki, butun dunyoda xalqaro darajadagi va muayyan mamlakatlarning mahalliy moliyaviy savodxonlik va iqtisodiyot sohasiga ixtisoslashgan telekanallari paydo bo'ldi.

Televideniylar mustaqilligini ta'minlash, dasturlar sifatini oshirish va tomoshabinlarga eng yaxshi dasturlarni taqdim etish televideniye ijodkorlarining bosh va asosiy maqsadidir. Moliyaviy savodxonlikka ixtisoslashgan ko'rsatuv va dasturlardagi axborot sifati yuqori darajada bo'lmasa, telekanallar o'z tomoshabini va reytingini yo'qotib qo'yadi. Demak, buning uchun eng avvalo ko'rsatuvlarning mazmun va sifatini yaxshilash talab etiladi. Bugun jahon televideniylari dasturlarida dunyoning turli burchaklarida sodir

bo'layotgan iqtisodiy yangiliklar zudlik bilan efirga uzatilyapti. 24 soat davomida faqat moliya, iqtisod, bank va biznes sohasiga oid yangiliklarni yetkazib turuvchi iqtisodiy telekanallar paydo bo'ldi. Dunyoga mashhur "CNBC" (15), "Bloomberg" (12), "CNN" telekanallari shular jumlasidandir. Televideniyaning amalda keng qo'llanilayotgan funksiyalari orasida ikki funktsiya axborot tarqatish va rekreatsiya vazifasi alohida o'rin egallamoqda. Tezkorlik bilan yetkazilgan axborotga tomoshabin talabi ham ancha ortdi.

Ikkinchi holat ko'rsatuvlarning ixtisoslashuvi hisoblanadi. Aholida yuzlab telekanallarni tomosha qilish imkoni mavjud. Tomoshabin qachon va nimani qaysi kanalda ko'rish kerakligini aniqlab olishi kerak. Hozirda har bir shaxs o'zi qiziqadigan mavzudagi kanalni ko'rish imkoniyatiga ega. Moliyaviy savodxonlik mavzusida har jihatdan sifatli ko'rsatuvlar tayyorlash, tasvir tiniqligiga erishish, raqamli texnologiyalarning eng so'nggi yangiliklarini joriy etish borasida ish olib boruvchi kanallar dunyo miqyosida mashhurlikka intilib kelyapti. Misol uchun Amerika telekanallari orasidagi ayovsiz raqobat ularning har birida o'ziga xos biror jihat bo'lishini taqozo etadi. Moliyaviy va iqtisodiy yangiliklarni uzatish hamda tezkorlik bo'yicha birinchi o'rinda turuvchi AQSh televideniyesi auditoriya iste'moli darajasidagi, uning moliyaviy ehtiyojlarini qondira oladigan mahsulotlar — ko'ngilochar dasturlar, seriallar ishlab chiqarishdan to'xtamaydi. Iqtisodiy telekanallar uchun media bozorida o'z mahsulotini qoniqarli narxda sotish va omma e'tiborini qozonish juda qiyin. Bu boradagi yagona yo'l ixtisoslashishdir. Shu bois iloji boricha raqobat kam bo'lgan aholi qatlamini e'tiborga olib ko'rsatuv tayyorlashga kirishilgan. Bugungi kunda moliyaviy savodxonlikni oshirish borasida deyarli hamma moliyaviy kanallar auditoriyaning yoshi, qiziqishi, kelib chiqishi, mashg'ulotlariga ko'ra keng ma'nodagi ixtisoslashuvdan tortib, maktab yoshidagi bolalar va o'smirlar guruhlari, uy bekalari uchun, nafaqa yoshidagi qariyalar uchun, ishsizlar uchun, ish bilan band aholi vakillari uchun, faol biznesmenlar uchun hamda ijtimoiy himoyaga muhtoj aholi qatlami uchun alohida dasturlar ishlab chiqilgan.

Auditoriyaning umumiy omma psixologiyasiga ta'sir ko'rsatishda har bir jurnalist televizion mahsulot g'oyasi va mavzu ko'lamini yaxshilab shakllantirib olishi, undan keyin mavzuni auditoriya hukmiga havola etishi lozim. Bu haqida F. Ro'ziyev va X. Jo'rayeva shunday fikrlarni bildiradi: "Mavzu tanlash ancha murakkab va mas'uliyatli ish. Mavzu tanlab olindi ham deydik. Endi mo'ljalga — auditoriyasiga yetkazishning o'z yo'li va uslubi bor. Agar zargar tili bilan aytadigan bo'lsak, oltin ajratib olindi, endi undan chiroyli ziynat yasash kerak. Tanlangan mavzuni o'quvchi, tinglovchi va tomoshabiniga go'zal bir tarzda, oson va yoqimli qabul qildirish uchun dastlab dastur ssenariysi puxta o'ylanmog'i darkor. Mavzuga olib kirishdan tortib, asosiy nuqta va samaragacha o'yansa yaxshi bo'ladi" (1, 54). Zamonaviy ommaviy axborot vositalaridagi munosabatlar ikki subyekt — jurnalist va auditoriyaning o'zaro hamkorligi, hamjihatligini taqozo etadi. Bunday jarayonning har bir ishtirokchisi o'ziga xos bir-biriga o'xshamagan faoliyat olib borsa-da,

biroq har ikki ishtirokchidan ma'lum faollikni talab qiladi. Faqat shu orqaligina auditoriyani ijtimoiy munosabatlar tizimiga to'liq jalb etish yuqori samara berishi mumkin. Jurnalist uchun esa ushbu muloqotni samarali o'rnatishda yoki o'z oldiga qo'ygan maqsadlarga erishishda auditoriyaning ehtiyoji, manfaati, motivlari bilan bir qatorda shularga mos ravishda televideniyaning bevosita ishtirokida shakllanadigan qator xususiyatlari muhim ahamiyatga ega. Ko'pchilik televizion ko'rsatuvlarda efir samaradorligini ta'minlashda birinchi o'ringa boshlovchi ko'rinishi, imijini olib chiqadi. Har qanday kishining audiovizual obrazi, xususan, kiyinish, o'zini tutish, auditoriya bilan muloqot olib borish, xushovzilligi, gapirish uslubi kabilar, ya'ni dastlabki qabul qilinadigan besh xususiyat baholanadi. Biroq shuni aytib o'tish kerakki, yuqoridagi sifatlar moliyaviy savodxonlik borasidagi ko'rsatuvlarning belgilangan muayyan bir mavzusi bo'lmas ekan, u kutilgan natijani bermaydi. Shunga asoslanib, televizion dasturlarning quyidagi guruhlarini ajratish mumkin:

1. *Moliyaviy axborot (yangiliklar) dasturlari.* Ular ko'plab telekanallarning "yuzi" hisoblanadi. Bu kabi dasturlar tomoshabinga iqtisodiy siyosatdan tortib yangi onlayn kredit turi ishlab chiqilgani haqidagi ma'lumotlargacha bo'lgan dolzarb voqealar haqida muntazam hisobot beradi. Ular har qanday tomoshabin uchun amaliy ahamiyatga ega bo'lib, uning shahar, viloyat, mamlakat va dunyoda sodir bo'layotgan iqtisodiyot va moliyaga oid voqealar haqida ma'lumotga bo'lgan ehtiyojini qondiradi. Bunda axborot uzatishda salbiy va ijobiy yangiliklarni tanlash tahririyat siyosatining eng muhim masalasidir. Ushbu dasturlarga "Bloomberg TV" telekanalidagi "Bloomberg Markets" (11), "CNBC" kanalidagi "Squawk Box" (14), "CNN" telekanalidagi "Quest Means Business" (3), "BBC World News" telekanalidagi "Business Daily" (10) kabilarni misol keltirish mumkin.

2. *Moliyaviy-tahliliy dasturlar.* Bu dasturlar ma'lum bir davr (hafta, oy) uchun umumlashtirilgan va tizimlashtirilgan moliyaviy ma'lumotlarni o'z ichiga oladi. Ularning vazifasi tomoshabinlar uchun moliyaviy sohada katta qiziqish uyg'otadigan voqealar to'g'risida tahlil asosida jamoatchilik fikrini shakllantirishdir. Ushbu moliyaviy dasturlar odatda ma'lum bir kanalning mukammal va o'ziga xos ko'rsatkichi sifatida namoyish etiladi. Fikrimizga "Aljazeera economy" (8), "BBC World News" telekanalidagi "World Business Report" tahliliy dasturi (9), "France 24" telekanalidagi "France 24 Business" (17) moliyaviy-tahliliy dasturlari yaqqol misol bo'la oladi.

3. *Moliyaviy ta'lim dasturlari.* Bu dasturlar odatda auditoriya yoshini inobatga olgan holda efirga uzatiladi. Masalan, kichik yoshdagi bolalar uchun, maktab o'quvchilari, talabalar yoki nafaqa yoshidagi aholi qatlami uchun mo'ljallangan televizion ta'lim dasturlari mavjud. Bunday dasturlarda o'yin-kulgi va bilim o'rtasidagi muvozanatni saqlash juda muhimdir. Ularda boshlovchining shaxsiy fazilatlarini muhim rol o'ynaydi. Polsha Milliy banki va televideniyesi hamkorligida efirga uzatiladigan "Moliyaviy savodxonlik musobaqasi" teleshousi (2), Buyuk Britaniyada "ITV" telekanalidagi "The Martin Lewis Money Show" shousi (18), Fransiyadagi "M 6"

telekanali orqali efirga uzatiladigan “Capital” televizion shousi (16) shular jumlasidandir.

4. *Bolalar dasturlari* maktabgacha, maktab, o‘spirin va yoshlar auditoriyasiga qaratilgan. Bunday televizion dasturlarning maqsadi, birinchi navbatda, yosh avlodni moliyaviy tarbiyalash, biznes, bank va pul haqidagi dastlabki tushunchalarini shakllantirish va ijtimoiylashtirishdir. Bolalar va yoshlar uchun dasturlarning janr xususiyatlari juda xilma-xildir. Bular animatsion va badiiy filmlar, ilmiy-ommabop dasturlar, televizion tanlovlar, o‘quv-moliyaviy dasturlar, maktab hayoti haqidagi seriallar va boshqalar.

5. *Ko‘ngilochar dasturlar*. Ular ko‘pincha ertalabki va kechki efirlarda tok-shou va suhbat shaklida yaratiladi. Moliyaviy savodxonlik mavzusiga oid jihatlar savol va javoblar, o‘yin shakllarida tushuntiriladi. Odatda bu dasturlar moliyaviy axborot dasturlariga nisbatan kengroq auditoriyaga ega bo‘lib, tushunarli, oson til va usulda tomoshabinga taqdim etilgani uning asosiy afzalliklarini tashkil etadi. Ushbu dasturlar bo‘sh vaqtni to‘ldirish funksiyasini bajaradi va dam olish, zavqlanish bilan bog‘liq tomoshabinlarning hissiy munosabati uchun mo‘ljallangan. Janubiy Afrikadagi birinchi raqamli moliyaviy shou hisoblangan “Sanlam Moola Money Family Game Show”si (19) yoki “Uzreport” telekanalidagi “moliyaviy savodxonlik” (5) televizion dasturlarini bu turdagi ko‘rsatuvlarga misol tarzida keltirish mumkin.

6. *Badiiy filmlar va seriallar*. Ushbu televizion mahsulot shakliga bo‘lgan talab tomoshabinlar orasida yuqori reytinglar bilan tasdiqlangan. Badiiy filmlarning janr tuzilishi xilma-xil: detektiv, melodrama, triller, televizion romanlar, seriallar, sitkomlar (komediya seriyasi) va boshqalardir. Ularga “Uoll-Strit”, “Uoll-Strit: pullar uxlamaydi”, “milliardlar”, “insayderlar” kabi ko‘plab filmlarni misol keltirish mumkin. Filmlar orqali tomoshabin moliyaviy savodxonlik haqidagi foydali saboqlarni tez o‘zlashtirish imkoniga ega bo‘ladi. Masalan, ishbilarmonlar va ularning muvaffaqiyatlari haqidagi filmlar tadbirkorlik va sarmoya kiritish haqida ko‘proq bilmoqchi bo‘lganlar uchun foydali bo‘lishi mumkin.

7. *Va nihoyat, ushbu tasnifdagi televizion dasturlarning so‘nggi guruhi reklama mahsulotlaridir*. Yuqoridagi barcha televizion dasturlar oralig‘ida har bir mamlakat qonunchiligidan kelib chiqqan holda moliyaviy savodxonlik mavzusiga tegishli u yoki bu shakldagi reklamalar namoyish etiladi. Masalan, O‘zbekiston telekanallaridagi efirga uzatiladigan reklama mahsulotlari “O‘zbekiston Respublikasining reklama to‘g‘risidagi” Qonuni (yangi tahriri) bilan tartibga solinadi va unga ko‘ra reklama mahsulotlari umumiy efir vaqtining 15 foizini egallashi mumkin (7).

Ushbu dasturlarning har birini yaratish yuqori malakali kadrlar ishtirokini va katta moliyaviy xarajatlarni talab qiladi. Shu bois ham avvallari televideniye mahsulotlarini moliyalashtirish davlat telekanallarida davlat tomonidan ajratilgan mablag‘lar hisobidan amalga oshirilgan bo‘lsa, hozirgi kunga kelib, bu mahsulotlar xususiy telekanallar va prodakshnlar tomonidan moliyalashtirilmoqda.

Televideniye aholi o'rtasida moliyaviy savodxonlik darajasini oshirishning kuchli vositasidir. Biz moliyaviy savodxonlik mavzusidagi televizion mahsulotlar formatlarini televideniye orqali namoyish etiladigan asosiy tendensiyalarini ko'rib chiqdik. Moliya haqidagi axborot dasturlari, o'quv dasturlari, interaktiv dasturlar, realiti-shoular, filmlar va teleseriallar kabi turli formatlar moliyaviy savodxonlik haqida ko'proq bilishni istaganlar uchun foydali bo'lishi mumkin. Shu bilan birga, aholi o'rtasida moliyaviy savodxonlik darajasini oshirishda maksimal samaraga erishish uchun mavzuni to'g'ri tanlash va ta'sir texnologiyalaridan foydalanish muhim ahamiyatga ega.

Amerika Qo'shma Shtatlari. Amerika Qo'shma Shtatlaridagi moliyaviy savodxonlik haqidagi teleko'rsatuvlarning tematik yo'nalishlari asosan shaxsiy moliyani boshqarish, sarmoya kiritish, nafaqani rejalashtirish, qarzlarni boshqarish va byudjetlashtirish bo'yicha maslahatlarni o'z ichiga oladi. Moliyaviy savodxonlik va iqtisodiy mavzudagi dasturlar esa moliya va biznesdagi so'nggi yangiliklarni tezkorlik bilan efirga uzatishdan tashqari, kichik va o'rta biznesni moliyalashtirishga, shaxsiy biznesni yaratish haqidagi ma'lumotlarni ham qamrab oladi.

1-jadval. AQSh telekanallaridagi moliyaviy savodxonlikka oid dasturlar va ularning mavzu yo'nalishlari ¹

Dastur nomi va telekanali	Mavzu yo'nalishlari
“Mad Money with Jim Cramer”, “CNBC” telekanali	Investitsiyalar, shaxsiy sarmoyani ko'paytirish, fond birjalari
“Squawk Box” “CNBC” telekanali	Fond birjalari va investitsiya kiritish haqida
“Your Money”, CNN telekanali	Shaxsiy moliyaviy jamg'armani saqlash va ko'paytirish, turli moliyaviy xavf omillarini barataraf etish yo'llari
“Shark Tank” ABC telekanali	Aqli investitsiyalar, tadbirkorlik ko'nikmalarini rivojlantirish, sotuv marketingi, mahsulotlar sifati haqida
“Money Matters”, “RLTV” telekanali	Nafaqa jamg'arimasini ko'paytirish, pullarni tejab qolish, sug'urta sohasiga oid maslahatlar
“Charlie Rose”, “PBS” telekanali	Dunyo iqtisodiyoti va moliyaviy holatining shaxsiy biznesga daxldor jihatlari
“Suze Orman”, “CNBC” telekanali	Shaxsiy moliyaviy muammolar, hayot sug'urtasi, avtomobil lizingi, moliyaviy xaridlar haqida
“The Profit”, “CNBC” telekanali	Korxonada biznesni boshqarish, uni kengaytirish, biznesni noldan boshlab qurish, muvaffaqiyatli biznes yaratish
“The Dave Ramsey Show” “Fox Business” telekanali	Moliyaviy muammolar, nafaqaga chiqish uchun tejab, qarzdor qutulish, qarindoshlarga qarz berish va nikoh shartnomasida moliyaviy jihatlariga e'tibor qaratish kabi turli xil masalalar bo'yicha moliyaviy maslahatlar
“The Financial Diet” CNN telekanali	Pul haqidagi hamma masalalarni, kreditni yaxshilashdan tortib ishga joylashishgacha bo'lgan bir qator moliyaviy mavzular bo'yicha maslahatlar va ma'lumotlarni qamrab olgan.

Qo'shma Shtatlarda televizion ko'rsatuvlar va tok-shoularning moliyaviy savodxonlik haqidagi tematik yo'nalishlari o'ziga xos va boy tajribaga ega. Ular asosan interaktiv dasturlar bo'lib, unda tomoshabinlar mutaxassislariga savollar berishlari va o'z mablag'larini boshqarish bo'yicha aniq maslahatlar olishlari mumkin. Bundan tashqari, televizion tok-shoularga mavzusiga ko'ra, ko'pincha o'z tajribalari bilan o'rtoqlashadigan va moliyaviy muvaffaqiyatga erishish bo'yicha maslahatlar beradigan taniqli moliyachi ekspertlar va ishbilarmonlar taklif qilinadi.

¹ Ushbu jadval Internet ma'lumotlari, shaxsiy kuzatishlar va izlanishlar asosida muallif tomonidan tuzilgan.

Masalan, “CNBC” telekanalida efirga uzatiladigan “Mad Money with Jim Cramer” dasturida boshlovchi Jim Kremerning asosiy maqsadi odamlarga yaxshi investor bo‘lishga yordam berishdir. Bu dastur “CNBC” telekanalida haftada bir marta kechki efirda namoyish etiladi. “Mening vazifam sizga nima deb o‘ylash haqida ko‘rsatma berish emas, balki bozor haqida professional kabi fikrlashni o‘rgatishdir”, — deydi Kremer o‘z bayonotida (13). Ushbu dasturda boshlovchi tomoshabinlarga aksiyalarni qanday tahlil qilishni o‘rgatadi, moliyaviy xavf yaratishga undovchi maslahatlarga e‘tibor qaratmaslikni tavsiya etadi. Kremer ushbu ko‘rsatuvga “Mad Money” — mamlakat moliya klubiga kirish haqidagi dastur”, — deya ta‘rif berib, teleshou moliyaviy mavzuda ijobiy o‘zgarishlar va tendensiyalar bilan hamohang hayot kechiruvchilar uchunligi va uyqudan voz kechishni uddalay olmaydiganlar uchun mo‘ljallanmaganligini ta‘kidlaydi. Dastur nafaqa yoki bolalarning kollej fondini tejash mavzusi bilan qiziqqan tomoshabinlar uchun qiziqarli ma‘lumotlarni taqdim etadi. Mehmonlar bilan suhbatlar, tomoshabinlarning qo‘ng‘iroqlari va Kramerning qaysi aksiyalarni xarid qilish kerakligi, qaysilaridan voz kechish kerakligi haqidagi fikrlari bilan boyitilganligi dasturning jozibadorligini yanada oshiradi.

Qo‘shma Shtatlardagi moliyaviy savodxonlik haqidagi teleko‘rsatuvlar va tok-shoular tematik yo‘nalishlarining yana bir o‘ziga xosligi shundaki, ular investitsiya va soliqni rejalashtirishdan tortib qarzlarni boshqarish va kredit tarixigacha bo‘lgan keng mavzularni qamrab oladi. Bu tomoshabinlarga o‘z mablag‘larini samarali boshqarish va moliyaviy barqarorlikka erishish haqida to‘liq tasavvurga ega bo‘lish imkonini beradi. Shu bilan birga, qit‘adagi moliyaviy savodxonlik haqidagi ko‘plab teleko‘rsatuvlar va tok-shoular yuqori darajadagi professionallik va sifatga egaligi bilan ajralib turadi. Bu jihatlar esa dasturlar jozibadorligini oshirib, tomoshabinlar auditoriyasini kengaytirishga xizmat qiladi. Yana bir ahamiyatli tomoni shundaki, ba‘zi teledasturlar va shoulardan maktab va universitetlarda ta‘lim vositasi sifatida foydalaniladi, bu esa yosh avlodning moliyaviy savodxonligini oshirishga yordam beradi.

Kanada. Kanada tajribasida moliyaviy savodxonlik borasidagi teleko‘rsatuvlarda shaxsiy moliya va investitsiya mavzulari yetakchilik qiladi. Bu borada Kanada teledasturlaridagi asosiy xususiyatlardan biri bu — tomoshabinlar e‘tiborini jalb qilish va ma‘lumotni yanada qulayroq va tushunarli formatda taqdim etish uchun turli texnologiyalardan faol foydalanishdir. Bundan tashqari, ushbu ko‘rsatuvlarda ko‘pincha tomoshabinlarning mavzu bo‘yicha bilimlari va tushunchalarini baholashga yordam beradigan so‘rovnomalar va testlar kabi interaktiv elementlardan foydalaniladi. Shuningdek, ko‘rsatuvlar davomida foydali dasturlar va moliyaviy savodxonlik bo‘yicha onlayn kurslarga havolalar berib boriladi. Yana bir muhim jihati esa ijtimoiy tarmoqlar orqali o‘z mablag‘larini boshqarish bo‘yicha tajriba va maslahatlari bilan o‘rtoqlashadigan tomoshabinlar jamoasining yaratilganidir. Tajribali insonlar boshqalar bilan o‘z mablag‘larini investitsiya qilish va moliyaviy

barqarorlikka erishishda yordam beradigan bilim va tajribalarini bo'lishadilar.

Kanada teleko'rsatuvlarining moliyaviy savodxonlik haqidagi tematik tendensiyalarini tahlil qilishda quyidagilarga e'tibor qaratish lozim:

1. Mavzularning dolzarbligi: teledasturlar efirida shaxsiy moliya va investitsiyalar sohasidagi zamonaviy muammolar va ularni qay darajada aks ettirishi.

2. Axborot sifati: shoularda taqdim etilgan ma'lumotlar qanchalik aniq, foydali va amalda qo'llanilishi.

3. Maqsadli auditoriya: shoular maqsadli auditoriyaning ehtiyojlari va qiziqishlariga qanchalik mos kelishi.

4. Ko'rsatuv ishtirokchilari, ya'ni ekspertlarining tajribasi: shou boshlovchilari hamda shaxsiy moliya va investitsiyalar sohasidagi mutaxassislar malakasi qay darajadali.

5. Innovatsionlik: shou shaxsiy moliya menejmenti va investitsiyalariga yangi g'oyalar va yondashuvlarni taqdim etishi.

6. Ijtimoiy ahamiyati: ko'rsatuvlar moliyaviy savodxonlikni va umuman jamiyat farovonligini oshirishga qanchalik hissa qo'shishi.

Kanadadagi moliyaviy savodxonlik borasidagi ba'zi televizion dasturlarning eng mashhur va ommaboplarini ajratib, mavzular tendensiyalarini ko'rib chiqdik. Bu mamlakatdagi asosiy tematik tendensiyalarga quyidagilar kiradi:

1. Byudjetlashtirish: ko'plab efir soatlari byudjetni yaratish va saqlashga, shu jumladan, xarajatlarni boshqarish, kelajakni rejalashtirish va qarzlarni kamaytirishga qaratilgan.

2. Investitsiya: shoularda investitsiya qilishning turli usullari, jumladan, aksiyalar, obligatsiyalar, ko'chmas mulk va boshqa turdagi investitsiyalar muhokama qilinishi teletomoshabinning shu mavzudagi tushunchalarini oshiradi.

3. Soliqlar: bu mavzudagi ko'rsatuv va shoular tomoshabinlarga soliq tizimini, shu jumladan, soliq imtiyozlari, soliq shakllari va boshqalarni tushunishga yordam beradi.

4. Moliyaviy mahsulotlar: ko'plab shoularda kredit kartalari, sug'urta va kreditlar kabi turli xil yangi moliyaviy mahsulotlar muhokama qilinadi.

5. Nafaqaga tayyorgarlik: bu turdagi dasturlar tomoshabinlarga nafaqa uchun pulni qanday tejashni tushunishga yordam beradi, shu jumladan, kelajakni rejalashtirish va sarmoya kiritishga ham.

6. Moliyaviy muammolar: ko'pgina shoular tomoshabinlarga qarzlar, kreditlar va past kredit reytingi kabi moliyaviy muammolarni hal qilishga ko'maklashadi.

Buyuk Britaniya. Moliyaviy savodxonlik borasidagi televizion dasturlarning mavzuli tendensiyalarini tahlil qilish jarayonida Buyuk Britaniya tajribasi alohida ahamiyatga ega ekanligini ta'kidlash kerak. Britaniya teleko'rsatuvlarining tematik yo'nalishlarining o'ziga xos xususiyati ularning mavzu jihatdan keng ko'lamda qamrab olinganligidadir. Ular nafaqat investitsiya, qarzlarni boshqarish va byudjetni rejalashtirish kabi an'anaviy mavzularni, balki kriptovalyutalar, onlayn-banking va moliyaviy texnologiyalar kabi

yangi tendensiyalarni ham yoritishga qaratilgan. Bundan tashqari, moliyaviy savodxonlik haqidagi ko‘plab Britaniya teleko‘rsatuvlari daromadlar tengsizligi, qashshoqlik va moliyaviy xizmatlarning mavjudligi kabi ijtimoiy-iqtisodiy masalalarni faol muhokama qiladi. Bu tomoshabinlarga moliya odamlar va umuman jamiyat hayotiga qanday ta‘sir qilishini yaxshiroq tushunishga imkon beradi.

AQSh va Buyuk Britaniyada moliyaviy savodxonlik va moliyaviy ta‘limni yaxshilash bo‘yicha televizion dasturlarni tahlil qilish jarayonida ularning aksariyat mavzulari bir-biriga o‘xshash ekanligini payqash qiyin emas. AQSh bu sohada boy tajribaga egaligini hisobga olsak, AQShdagi ba‘zi televizion dasturlar Britaniya kontekstiga moslab ishlab chiqilgan va efirga uzatilgan. Masalan, “Shark Tapk” bu — tomoshabinlarga sarmoya olish jarayoni va moliyaviy rejalashtirish asoslarini tushunishga yordam beradigan muvaffaqiyatli Amerika realiti-shousi. Lekin ko‘rsatuv konsepsiyasiga o‘xshash dastur tadbirkorlarga ko‘maklashish va bu sohada investitsiya kiritishga yordam berish maqsadida Buyuk Britaniyada ham ishlab chiqilgan.

Buyuk Britaniyada “BBC News” telekanali orqali efirga uzatiladigan “The Money Programme” dasturi moliyaviy dunyoda ro‘y berayotgan jarayonlarning turli jihatlarini o‘rganishga qaratilgan hujjatli film formatida efirga uzatiladi. Bunday dastur tomoshabinlarga moliyaviy qarorlar qabul qilishda ko‘maklashish uchun obyektiv ma‘lumot va maslahatlar berish nuqtayi nazaridan muhim ahamiyatga ega.

AQSh tajribasidan ilhomlangan holda yaratilgan, tomoshabinlarga moliyaviy ko‘nikmalarini rivojlantirish va moliyaviy ahvolini yaxshilashga yordam beradigan yana bir dasturlardan biri bu — “Money for Nothing” (4) bo‘lib, unda chiqindilarni ta‘mirlash va qayta ishlash bo‘yicha mutaxassislar keraksiz narsalarni sotib olib, keyinchalik sotish uchun foyda keltiradigan mahsulotlar yaratish haqida maslahat va tavsiyalar beradilar.

Yaponiya. Amerika va Yevropa tajribasini o‘rganish jarayonida Osiyo davlatlari orasida iqtisodiy jihatdan rivojlangan mamlakatlar qatorida mustahkam o‘ringa ega bo‘lgan Yaponiya tajribasiga to‘xtalmaslikning iloji yo‘q. Chunki Yaponiya aholi uchun moliyaviy masalalarni tushunishga va asosli qarorlar qabul qilishga ko‘mak beradigan moliyaviy savodxonlik dasturlarini ishlab chiqish va amalga oshirishning uzoq tarixiga ega. Masalan, “The Money Academy” Yaponiyaning mashhur televizion dasturi bo‘lib, tomoshabinlarga moliyaviy menejment, investitsiya va nafaqani rejalashtirish bo‘yicha amaliy maslahatlar berishga ixtisoslashgan. Quyidagi jadval Yaponiyadagi moliyaviy savodxonlik borasidagi televizion dasturlar va ularning mavzu yo‘nalishlari haqidagi ma‘lumotlarni o‘zida aks ettirgan.

2-jadval. Yaponiya telekanallaridagi moliyaviy savodxonlikka oid ko'rsatuvlar va ularning mavzu yo'nalishlari²

Dastur nomi va telekanali	Mavzu yo'nalishlari
“スペシャル” (NHK Special), “NHK” telekanali	Moliya va iqtisodning turli mavzularida yangiliklar va axborot berishga mo'ljallangan.
“マネーの虎” (Money Tiger), “Nippon TV” telekanali	Bu televizion tok-shou teletomoshabinlarga shaxsiy moliyani yaxshilash uchun moliyaviy bilimlar va tushunchalar beradi.
“マネーの達人” (Money Master), “TV Asahi” telekanali	Ushbu televizion dastur investitsiyalash va moliyaviy rejalashtirish borasidagi takliflarini berishga qaratilgan.
“カンブリア宮殿” (Cambria Palace), “TBS” telekanali	“TBS” telekanali orqali efirga uzatiladigan tok-shouda Yaponiya moliya olamidagi biznes liderlar va muvaffaqiyatli kompaniyalar haqida hikoya qilinadi.
“ビジネス” NEXT (Business NEXT), “NHK” telekanali	“NHK” telekanalidagi biznes va iqtisodiyot sohasidagi eng so'nggi tendensiyalar haqida ma'lumot berishga mo'ljallangan dastur.
“ウェークアップ! マネー” (Wake Up! Money), “Fuji TV” telekanali	Moliya va investitsiya kiritish, fond bozorlari haqidagi ma'lumotlarni uzatadi.
“お金の授業” (Money Lesson), “NHK” telekanali	Pul darsi deb tarjima qilinuvchi dastur teletomoshabinlarga moliyaviy bilim va ko'nikmalarini oshirishga yordam beradi.
“マネーの相談室” (Money Consultation Room), “TBS” telekanali	“TBS” telekanalidagi ushbu teleko'rsatuvda moliyaviy mutaxassislar tomoshabinlarning moliya va investitsiya haqidagi savollariga javob berishadi.

Xulosa. Yuqoridagi tahlillar natijasida moliyaviy savodxonlik nuqtayi nazaridan rivojlangan mamlakatlar teleko'rsatuvlarining tematik tendensiyalari sifatida quyidagi mavzularni ajratib ko'rsatish mumkin:

1. Investitsiya va shaxsiy moliyani boshqarish.
2. Kreditlar va qarzlar, shu jumladan, kredit kartalari, ipoteka va ta'lim kreditlari.
3. Soliqlar va soliqni rejalashtirish.
4. Byudjetlashtirish va xarajatlarni rejalashtirish.
5. Nafaqa va nafaqani rejalashtirishga tayyorgarlik.
6. Moliyaviy xavfsizlik va firibgarlik holatlaridan himoyalanih.
7. Aksiyalar, obligatsiyalar va sarmoya kiritishda moliyaviy vositalardan foydalanish.
8. Tadbirkorlik va o'z biznesini yaratish.
9. Iqtisodiy yangiliklar va hozirgi bozor holatini tahlil qilish.
10. Bolalar va o'smirlar uchun moliyaviy savodxonlik.

Shunday qilib, moliyaviy savodxonlik yo'nalishidagi teleko'rsatuvlar tahlili asosida tematik tendensiyalar haqida quyidagi xulosalarni keltirib o'tish mumkin:

1. Teletomoshabinlarga o'z mablag'larini boshqarish va to'g'ri qaror qabul qilishga yordam beradigan televizion shoularni tobora ommalashtirish. Bunday dasturlar ssenariylariga mutaxassislar maslahatlari, hayotiy misollar, keyslar, shuningdek, interaktiv elementlar kiritish orqali mavzuni yanada to'liqroq yoritish mumkin.

2. Sarmoya kiritish va pul ishlash mavzusiga ko'proq e'tibor qaratish. Bu mavzudagi ko'rsatuvlar qanday janrda bo'lishidan qat'i

² Ushbu jadval Internet ma'lumotlari, shaxsiy kuzatishlar va izlanishlar asosida muallif tomonidan tuzilgan.

nazar teletomoshabin uchun juda muhim bo'lib, omma orasida ham juda mashhur ekanligini ko'rsatadi. Ular tomoshabinlarga qanday qilib ko'proq pul ishlashni va moliyaviy resurslardan samarali foydalanish yo'llarini tushunishga yordam beradi.

3. Bolalar va o'smirlarning moliyaviy savodxonligiga qaratilgan mavzular va teleko'rsatuvlarni ko'paytirish. Bunday dasturlar yosh tomoshabinlarga pullarini boshqarish va to'g'ri moliyaviy qarorlar qabul qilishni o'rganishga ko'maklashadi.

4. Shaxsiy moliya mavzusi. Shaxsiy moliya mavzusi har bir teletomoshabinda qiziqish uyg'otadi. Bu yo'nalishdagi dasturlar nafaqat byudjet va jamg'arma kabi an'anaviy mavzularni, balki soliqlar, investitsiyalar va nafaqani rejalashtirish kabi murakkabroq masalalarni ham o'z ichiga oladi.

Umuman olganda, moliyaviy savodxonlik mavzu yo'nalishlari aksariyat hollarda pul bilan bog'liq bo'lgani uchun ham bu mavzudagi teleko'rsatuvlar keng auditoriya uchun qiziqish uyg'otishga sabab bo'ladi. Chunki har bir kishi xoh u rivojlangan mamlakatda istiqomat qiladimi yoki rivojlanayotgan davlatdami shaxsiy mablag'larini boshqarish va uni ko'paytirish, moliya sohasida to'g'ri qarorlar qabul qilishni o'rganish, ayniqsa, hozirgi raqamli iqtisodiyot tobora rivojlanib borayotgan bir davrda barcha teletomoshabinlar uchun birdek foydali va muhim ahamiyat kasb etadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Ro'ziyev F., Jo'rayeva X. Telejurnalistga tavsiyalar. — T.: Sharq, 2013. — 176 b.
2. Polak Marcin. Financial education programs in Poland. — URL: www.kroeneberg.org.pl
3. <https://edition.cnn.com/shows/quest-means-business>
4. <https://money-for-nothing.co.uk/>
5. <https://mover.uz/watch/AT13RyBo>
6. <https://mover.uz/watch>
7. <https://t.me/huquqiyaxborot/11817>
8. <https://www.aljazeera.com/economy/>
9. <https://www.bbc.co.uk/programmes/m001pqvg>
10. <https://www.bbc.co.uk/programmes/w3ct1j57>
11. <https://www.bloomberg.com/btv/series/bloomberg-markets>
12. <https://www.bloomberg.com/live/us>
13. <https://www.cnbc.com/104189752/>
14. <https://www.cnbc.com/squawk-box-us/>
15. <https://www.cnbc.com/world/>
16. <https://www.facebook.com/watch/capital.m6/>
17. <https://www.france24.com/en/tv-shows/business-daily/>
18. <https://www.itv.com/watch/the-martin-lewis-money-show-live/2a1827>
19. <https://www.youtube.com/watch?v=vGMz9oy0HLw>

References

1. Ruziyev F., Jurayeva X. *Telejurnalistga tavsiyalar* (Recommendations to the TV journalist), T.: Sharq, 2013, 176 p.
2. Rolak Marsin. *Finansial edusation rrograms in Roland*. Available at: www.kroeneberg.org.rl
3. <https://edition.cnn.com/shows/quest-means-business>
4. <https://money-for-nothing.co.uk/>
5. <https://mover.uz/watch/ATl3RyBo>
6. <https://mover.uz/watch>
7. <https://t.me/huquqiyaxborot/11817>
8. <https://www.aljazeera.com/economy/>
9. <https://www.bbc.co.uk/programmes/m001pqvg>
10. <https://www.bbc.co.uk/programmes/w3ct1j57>
11. <https://www.bloomberg.com/btv/series/bloomberg-markets>
12. <https://www.bloomberg.com/live/us>
13. <https://www.cnbc.com/104189752/>
14. <https://www.cnbc.com/squawk-box-us/>
15. <https://www.cnbc.com/world/>
16. <https://www.facebook.com/watch/capital.m6/>
17. <https://www.france24.com/en/tv-shows/business-daily/>
18. <https://www.itv.com/watch/the-martin-lewis-money-show-live/2a1827>
19. <https://www.youtube.com/watch?v=vGMz9oy0HLw>