УДК 070:336.7(575.1)

МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ: ТРАНСФОРМАЦИЯ ЖУРНАЛИСТСКИХ ПРАКТИК В УЗБЕКИСТАНЕ

Иноятова Зилолахон Озодходжа кизи
магистр журналистики, бакалавр по направлению «Финансы и финансовые технологии», основатель медиапроекта «Rushd Media», директор ООО «REVISION», Ташкент, Узбекистан

Аннотация

В статье рассматривается трансформация роли медиа в формировании финансовой грамотности населения Узбекистана в условиях ускоренной цифровизации финансового сектора. Показано, что традиционная модель финансовой журналистики, ориентированная на экспертную и институциональную аудиторию, постепенно уступает место форматам, рассчитанным на массового потребителя финансовых услуг. Проанализированы факторы, определяющие эту трансформацию: рост проникновения цифровых платежей, деятельность Центрального банка Республики Узбекистан по продвижению финансовой доступности, а также изменение медиапотребления аудитории в сторону коротких визуальных форматов. На основе анализа практики региональных медиапроектов, ориентированных на финансовое просвещение, автор формулирует принципы построения журналистского контента о финансах, обеспечивающие сочетание достоверности, доступности изложения и вовлечённости аудитории. Делается вывод о необходимости институционализации финансовой журналистики как отдельного направления медиаобразования и профессиональной подготовки в Узбекистане.

Ключевые слова

финансовая грамотность, финансовая журналистика, медиапотребление, цифровизация, финансовая доступность, Узбекистан, медиаобразование

OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI AHOLI MOLIYAVIY SAVODXONLIGINI SHAKLLANTIRISH VOSITASI SIFATIDA: O'ZBEKISTONDA JURNALISTIK AMALIYOTLARNING TRANSFORMATSIYASI

Аннотация (на узбекском языке)

Maqolada O'zbekiston moliya sektorining jadal raqamlashuvi sharoitida aholi moliyaviy savodxonligini shakllantirishda ommaviy axborot vositalarining o'zgaruvchi roli ko'rib chiqiladi. Ekspert va institutsional auditoriyaga qaratilgan an'anaviy moliyaviy jurnalistika modeli asta-sekin ommaviy iste'molchiga mo'ljallangan formatlarga o'z o'rnini bo'shatib berayotgani ko'rsatilgan. Ushbu transformatsiyani belgilovchi omillar — raqamli to'lovlarning ortib borishi, O'zbekiston Respublikasi Markaziy bankining moliyaviy inklyuzivlikni rivojlantirish bo'yicha faoliyati, shuningdek auditoriyaning qisqa vizual formatlarga o'tishi — tahlil qilingan. Moliyaviy savodxonlikka yo'naltirilgan mintaqaviy media loyihalar tajribasi asosida muallif moliyaviy kontentni ishonchlilik, tushunarlilik va auditoriya bilan o'zaro aloqadorlikni uyg'unlashtiruvchi tarzda yaratish tamoyillarini shakllantiradi.

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

MEDIA AS A TOOL FOR SHAPING FINANCIAL LITERACY: THE TRANSFORMATION OF JOURNALISTIC PRACTICES IN UZBEKISTAN

Abstract

The article examines the transformation of media's role in shaping the financial literacy of Uzbekistan's population amid the accelerated digitalization of the financial sector. It shows that the traditional model of financial journalism, oriented toward expert and institutional audiences, is gradually giving way to formats designed for the mass consumer of financial services. The factors driving this transformation are analyzed: the growth of digital payment penetration, the Central Bank of Uzbekistan's activities in promoting financial inclusion, and shifts in audience media consumption toward short visual formats. Based on an analysis of regional media projects focused on financial education, the author formulates principles for constructing financial journalism content that combine reliability, accessibility, and audience engagement. The article concludes that financial journalism requires institutionalization as a distinct area of media education and professional training in Uzbekistan.

Введение

Финансовая грамотность населения признана одним из ключевых факторов устойчивого социально-экономического развития. Центральный банк Республики Узбекистан рассматривает повышение финансовой грамотности как составную часть стратегии финансовой доступности и развивает для этого специализированные образовательные ресурсы, в том числе портал finlit.uz. Одновременно с этим в стране идёт активная цифровизация платёжной инфраструктуры: расширяется применение системы UzQR, развивается модель открытого банкинга и архитектура межбанковских переводов A2A, растёт число пользователей мобильных финансовых суперприложений. Эти процессы формируют качественно новый запрос к медиа: аудитории требуется не абстрактное просвещение о принципах управления личными финансами, а оперативная, понятная интерпретация конкретных изменений — новых сервисов, тарифов, рисков и прав потребителя.

Вместе с тем в Узбекистане финансовая журналистика долгое время развивалась преимущественно как узкоспециализированный жанр, ориентированный на профессиональную и институциональную аудиторию — банкиров, регуляторов, инвесторов. Материалы о макроэкономике, ставках рефинансирования и денежно-кредитной политике редко переводились на язык, понятный рядовому потребителю финансовых услуг. Данное противоречие — между темпами финансовой цифровизации и уровнем медийного сопровождения этого процесса — определяет актуальность настоящего исследования.

Цель статьи — выявить и охарактеризовать основные направления трансформации журналистских практик, связанных с освещением финансовой тематики в Узбекистане, и сформулировать принципы построения медиаконтента, способствующего повышению финансовой грамотности массовой аудитории.

Методы исследования

В работе использованы методы контент-анализа медиаматериалов финансовой тематики в узбекистанских Telegram-каналах, Instagram- и Facebook-сообществах за период 2024–2026 годов, сравнительный анализ форматов подачи финансового контента, а также метод включённого наблюдения, основанный на практическом опыте создания и продвижения специализированного медиапроекта финансово-просветительской направленности.

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

Результаты и обсуждение

1. От институциональной к массовой финансовой журналистике

Анализ медиаландшафта показывает устойчивый сдвиг от классической деловой журналистики, ориентированной на экспертную аудиторию и построенной по модели новостной заметки с цитированием официальных источников, к форматам объяснительной журналистики (explainer journalism), рассчитанным на пользователя без специальной подготовки. Ключевое отличие новой модели — отказ от терминологической плотности в пользу пошагового разъяснения практических последствий финансовых изменений для конкретного человека: как изменится комиссия за перевод, что означает переход на систему открытого банкинга для клиента банка, какие риски несёт использование того или иного цифрового сервиса.

Эта трансформация связана не только с изменением запроса аудитории, но и с институциональным контекстом: Центральный банк Республики Узбекистан целенаправленно развивает направление финансовой доступности и финансового просвещения, что создаёт спрос на посредников, способных транслировать регуляторные и продуктовые новости на языке массовой аудитории. Финансовая журналистика в этой конфигурации выполняет функцию не столько информирования, сколько перевода — с языка регулятора и банковского продукта на язык повседневного финансового поведения.

2. Форматная трансформация: от текста к визуальному нарративу

Второе направление трансформации связано с форматом подачи материала. Анализ медиапотребления показывает устойчивый рост доли визуальных и коротких форматов — карусели в Instagram и Telegram, инфографика, короткие видеоролики — при снижении вовлечённости в длинные текстовые публикации, в том числе на финансовые темы. Практика построения контент-серий, посвящённых конкретным темам (например, реформам платёжной инфраструктуры, изменениям в системе страхования вкладов, сравнению банковских и небанковских финансовых сервисов), демонстрирует, что дробление сложной темы на последовательность коротких, визуально оформленных публикаций повышает как усвояемость материала, так и охват аудитории, не относящейся к традиционным потребителям деловых СМИ.

Важным элементом такой трансформации является билингвальная подача контента — сочетание русскоязычного и узбекоязычного изложения в рамках одной публикации или серии, что расширяет аудиторию и соответствует языковой структуре населения страны. Кроме того, принципиальным требованием к подобному контенту остаётся верифицируемость данных: включение только подтверждённых официальными источниками показателей и наличие ссылок на первоисточник — регулятора, банк, статистическое ведомство — что отличает журналистский продукт от непроверяемого блогерского контента на ту же тему.

3. Кейс встроенного предупреждающего нарратива

Отдельного внимания заслуживает практика использования реальных кейсов финансовых потерь как встроенного элемента просветительского контента — не в качестве отдельной темы, эксплуатирующей резонансность события, а как иллюстрации внутри более широкого материала о структуре и рисках отрасли. Такой подход позволяет журналистике выполнять предупредительную функцию, не скатываясь в сенсационность: кейс становится не поводом для публикации, а аргументом внутри аналитического нарратива о том, как устроен рынок и на что стоит обращать внимание потребителю финансовых услуг.

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

Принципы построения журналистского контента о финансах

На основе проведённого анализа можно сформулировать ряд принципов, которые целесообразно закладывать в редакционную политику медиапроектов финансово-просветительской направленности:

— приоритет практической применимости информации над институциональной полнотой изложения;

— обязательная верификация цифровых показателей по официальным источникам и указание на источник;

— билингвальная (русско-узбекская) подача материала без смешения языков внутри одного смыслового блока;

— дробление сложных тем на серию коротких визуальных публикаций вместо единого объёмного материала;

— использование кейсов финансовых потерь как встроенного, а не самостоятельного элемента контента.

Заключение

Трансформация журналистских практик в сфере освещения финансовой тематики в Узбекистане отражает более широкий процесс адаптации медиа к запросам массовой аудитории в условиях цифровизации финансового сектора. Смещение фокуса с институциональной деловой журналистики к объяснительным, визуально ориентированным и билингвальным форматам создаёт новую нишу — медиапроекты финансового просвещения, работающие на стыке журналистики, финансовой грамотности и медиадизайна. Дальнейшее развитие этого направления требует институционализации: включения курсов по финансовой журналистике в программы подготовки журналистов, разработки профессиональных стандартов верификации финансового контента и системного взаимодействия медиа с регулятором в лице Центрального банка Республики Узбекистан.

Список использованной литературы

1. Стратегия финансовой доступности Центрального банка Республики Узбекистан // Официальный сайт ЦБ РУз. — URL: https://cbu.uz/ru/financial-inclusion/strategy/

2. Образовательный портал по финансовой грамотности Центрального банка Республики Узбекистан. — URL: https://finlit.uz/ru/

3. Стратегия развития финансовых технологий Центрального банка Республики Узбекистан на 2026–2030 годы. — URL: https://cbu.uz/ru/fintech/strategy/

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.