УДК 336.71:004.9(575.1)

ЦИФРОВЫЕ МЕДИАКАНАЛЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ФИНАНСОВОГО СЕКТОРА УЗБЕКИСТАНА

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

Аннотация

Статья посвящена анализу роли цифровых медиаканалов в повышении финансовой грамотности населения Узбекистана на фоне активной цифровизации национального финансового сектора. Рассмотрена динамика проникновения безналичных платежей, развитие архитектуры межбанковских переводов A2A и системы UzQR, а также деятельность Центрального банка Республики Узбекистан в рамках стратегии финансовой доступности и стратегии развития финансовых технологий на 2026–2030 годы. Показано, что рост предложения цифровых финансовых продуктов опережает темпы роста финансовой грамотности населения, что создаёт риски некорректного использования новых сервисов и повышенную уязвимость потребителей перед финансовым мошенничеством. На основе анализа практики продвижения финансово-просветительского контента в социальных сетях и мессенджерах предложена модель взаимодействия финтех-компаний, банков и независимых медиапроектов, направленная на системное повышение финансовой грамотности как фактора устойчивого роста финансовой доступности.

Ключевые слова

финансовая грамотность, финансовая доступность, цифровизация, финтех, открытый банкинг, медиаканалы, финансовое поведение, Узбекистан

O‘ZBEKISTON MOLIYA SEKTORINI RAQAMLASHTIRISH SHAROITIDA AHOLI MOLIYAVIY SAVODXONLIGINI OSHIRISH VOSITASI SIFATIDA RAQAMLI MEDIAKANALLAR

Аннотация (на узбекском языке)

Maqola O‘zbekiston moliya sektorini faol raqamlashtirish sharoitida aholi moliyaviy savodxonligini oshirishda raqamli media kanallarining rolini tahlil qilishga bag‘ishlangan. Naqd pulsiz to‘lovlarning tarqalish dinamikasi, A2A bank o‘tkazmalari arxitekturasi va UzQR tizimining rivojlanishi, shuningdek O‘zbekiston Respublikasi Markaziy bankining moliyaviy inklyuzivlik strategiyasi va 2026–2030 yillarga mo‘ljallangan moliyaviy texnologiyalarni rivojlantirish strategiyasi doirasidagi faoliyati ko‘rib chiqilgan. Raqamli moliyaviy mahsulotlar taklifining o‘sishi aholi moliyaviy savodxonligining o‘sish sur’atlaridan ustun ekanligi, bu esa yangi xizmatlardan noto‘g‘ri foydalanish xavfini va iste’molchilarning moliyaviy firibgarlikka nisbatan zaifligini oshirishi ko‘rsatilgan.

DIGITAL MEDIA CHANNELS AS A TOOL FOR IMPROVING FINANCIAL LITERACY AMID THE DIGITALIZATION OF UZBEKISTAN'S FINANCIAL SECTOR

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

Abstract

The article analyzes the role of digital media channels in improving the financial literacy of Uzbekistan's population against the backdrop of the active digitalization of the national financial sector. It examines the dynamics of cashless payment penetration, the development of the A2A interbank transfer architecture and the UzQR system, and the activities of the Central Bank of Uzbekistan under its financial inclusion strategy and its 2026–2030 fintech development strategy. The study shows that the growth in the supply of digital financial products is outpacing the growth of the population's financial literacy, creating risks of the incorrect use of new services and heightened consumer vulnerability to financial fraud. Based on an analysis of financial education content promotion practices on social media and messaging platforms, the article proposes a model for cooperation between fintech companies, banks, and independent media projects aimed at the systemic improvement of financial literacy as a factor in the sustainable growth of financial inclusion.

Введение

Финансовый сектор Узбекистана переживает период интенсивной технологической трансформации. Центральный банк Республики Узбекистан реализует стратегию развития финансовых технологий на 2026–2030 годы, включающую развитие архитектуры открытого банкинга, межбанковских переводов по модели A2A (account-to-account) и унифицированной системы платежей по QR-коду UzQR. Одновременно продолжает действовать государственная стратегия финансовой доступности, в рамках которой финансовая грамотность населения рассматривается как один из ключевых индикаторов, наравне с показателями охвата населения банковскими счетами и плотностью точек доступа к финансовым услугам.

Годовая инфляция в Узбекистане по состоянию на июнь 2026 года составила 6,4%, продолжая замедляться после двузначных значений предыдущих лет, что отражает общую макроэкономическую стабилизацию, создающую благоприятный фон для развития розничных финансовых продуктов. Вместе с тем расширение предложения цифровых финансовых сервисов — от кредитования через мобильные приложения до инвестиционных и страховых продуктов, доступных в несколько касаний на экране смартфона, — формирует разрыв между технологической доступностью финансовых инструментов и уровнем понимания населением их условий, рисков и альтернатив.

Целью статьи является анализ роли цифровых медиаканалов как инструмента сокращения этого разрыва и формулирование модели взаимодействия участников рынка — регулятора, банков, финтех-компаний и независимых медиапроектов — в области финансового просвещения населения.

Методы исследования

Исследование опирается на анализ официальных данных Центрального банка Республики Узбекистан о динамике инфляции, финансовой доступности и развитии финансовых технологий, а также на анализ практики создания и распространения финансово-просветительского контента в цифровых медиа в 2024–2026 годах. Использованы методы сравнительного и структурно-функционального анализа.

Результаты и обсуждение

1. Разрыв между темпами цифровизации и уровнем финансовой грамотности

Ускоренное внедрение цифровой финансовой инфраструктуры — системы UzQR, архитектуры A2A, сервисов открытого банкинга — расширяет предложение финансовых продуктов быстрее, чем растёт способность массового потребителя оценивать их условия и риски. Это проявляется, в частности, в распространении практики оформления потребительских

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

кредитов через мобильные приложения без глубокого понимания заёмщиком полной стоимости кредита, а также в уязвимости пользователей цифровых финансовых суперприложений перед схемами мошенничества, эксплуатирующими доверие к бренду платформы. Показательным в этом отношении является случай банкротства финансовой платформы Humans, который наглядно продемонстрировал риски, связанные с недостаточным пониманием потребителями разницы между банковским депозитом, защищённым системой гарантирования вкладов, и небанковским финансовым продуктом, такой защитой не обеспеченным.

2. Цифровые медиаканалы как механизм финансового просвещения

Официальный образовательный портал Центрального банка finlit.uz формирует институциональную базу финансового просвещения, однако охват аудитории через собственные каналы регулятора объективно ограничен по сравнению с охватом коммерческих и независимых медиапроектов в социальных сетях и мессенджерах, где сосредоточено ежедневное внимание массовой аудитории. В этой связи возрастает значение независимых и корпоративных медиапроектов финансово-просветительской направленности, способных адаптировать регуляторную и продуктовую информацию под форматы, привычные пользователю: короткие визуальные карусели, разъяснительные посты, сравнительные обзоры финансовых продуктов.

Анализ практики подобных медиапроектов показывает, что наиболее эффективными являются форматы, которые не просто информируют о существовании нового сервиса, а объясняют логику его работы и границы ответственности сторон — например, различие между регулируемой банковской услугой и продуктом финтех-посредника, не подпадающим под систему гарантирования вкладов. Именно такое разъяснение архитектуры рынка, а не только отдельных продуктов, формирует у потребителя способность самостоятельно оценивать риски новых финансовых предложений.

3. Модель взаимодействия участников рынка

На основе проведённого анализа предлагается модель взаимодействия, в которой регулятор задаёт содержательную рамку и обеспечивает верификацию данных, банки и финтех-компании предоставляют актуальную продуктовую информацию и статистику, а независимые медиапроекты выполняют функцию адаптации этой информации под форматы и язык массовой аудитории, включая билингвальную (русско-узбекскую) подачу материала. Подобная модель может быть реализована в форме аутсорсинга просветительского контента банками и финтех-компаниями специализированным медиапроектам на договорной основе, что одновременно решает задачу PR-присутствия финансовых организаций и задачу системного финансового просвещения населения.

Заключение

Цифровизация финансового сектора Узбекистана создаёт объективную потребность в опережающем развитии финансовой грамотности населения. Цифровые медиаканалы, дополняющие официальные образовательные ресурсы регулятора, способны выполнять функцию массовой адаптации сложной финансовой информации, снижая уязвимость потребителей перед рисками некорректного использования цифровых финансовых продуктов и финансового мошенничества. Дальнейшее развитие этого направления требует институционализации сотрудничества между Центральным банком, коммерческими банками, финтех-компаниями и независимыми медиапроектами на системной, а не разовой основе.

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

Список использованной литературы

1. Стратегия развития финансовых технологий Центрального банка Республики Узбекистан на 2026–2030 годы. — URL: https://cbu.uz/ru/fintech/strategy/
2. Стратегия финансовой доступности Центрального банка Республики Узбекистан. — URL: https://cbu.uz/ru/financial-inclusion/strategy/
3. Динамика инфляции в Республике Узбекистан // Официальный сайт ЦБ РУз. — URL: https://cbu.uz/ru/monetary-policy/annual-inflation/indicators/
4. Образовательный портал по финансовой грамотности Центрального банка Республики Узбекистан. — URL: https://finlit.uz/ru/

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