

## XITOIY OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING BARQAROR RIVOJLANISH MAQSADLARI BO'YICHA XAVARDORLIKNI OSHIRISHDAGI STRATEGIYALARI

*Nurmamatov Odiljon Faxriddin o'g'li*  
*Jahon iqtisodiyoti va diplomatiya universiteti,*  
*Xalqaro munosabatlar fakulteti*  
*Amaliy siyosatshunoslik yo'nalishi magistranti*  
*Tel +998908192611*

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada BMT tomonidan qabul qilingan Barqaror Rivojlanish Maqsadlariga (BRM) erishishda Xitoy ommaviy axborot vositalarining tutgan o'рни va ulardan foydalanish strategiyalari tadqiq etiladi. Xitoy raqamli media ekotizimi — an'anaviy davlat OAVlari va zamonaviy ijtimoiy tarmoq platformalari (WeChat, Weibo, Douyin) orqali ekologik muvozanat, kambag'allikni qisqartirish (BRM 1) va yashil energetika (BRM 7) kabi global maqsadlarni mamlakat ichkarisida va xalqaro miqyosda qanday targ'ib qilayotgani tahlil qilingan. Maqolada qo'llanilgan "Yashil rivojlanish" (Green Development) va "Insoniyatning umumiy taqdiriga ega hamjamiyat" konsepsiyalari doirasida medianing jamoatchilik xabardorligini oshirish mexanizmlari ochib berilgan.

**Kalit so'zlar:** Barqaror Rivojlanish Maqsadlari (BRM), Xitoy OAV, Raqamli media strategiyalari, Ekologik madaniyat, Kambag'allikni qisqartirish, Davlat propogandasi.

2015-yilda BMT tomonidan qabul qilingan Barqaror Rivojlanish Maqsadlari (BRM-2030) global miqyosda kambag'allikni tugatish, sayyorani muhofaza qilish va barcha insonlarning tinchlik hamda farovonlikda yashashini ta'minlashga qaratilgan. Ushbu global dasturning muvaffaqiyati nafaqat hukumatlararo kelishuvlarga, balki jamiyatning har bir a'zosi undan qanchalik xabardor ekanligiga va uni qo'llab-quvvatlashiga bog'liq. Bu jarayonda ommaviy axborot vositalari jamoatchilik fikrini shakllantiruvchi va xatti-harakatlarni o'zgartiruvchi asosiy drayver hisoblanadi.

Xitoy Xalq Respublikasi dunyoning ikkinchi yirik iqtisodiyoti va eng ko'p aholiga ega davlatlaridan biri sifatida BRM kun tartibini o'zining milliy strategiyalari (masalan, "Yashil taraqqiyot" va 2060-yilgacha uglerod neytralligiga erishish majburiyati) bilan chuqur integratsiya qilgan. Xitoy OAVlarining o'ziga xos tuzilishi — davlat tomonidan boshqarilishi va shu bilan birga o'ta rivojlangan raqamli platformalarga egaligi — unga BRM xabardorligini oshirishda o'ziga xos, vertikal va gorizontal media strategiyalarini qo'llash imkonini beradi.

Xitoy ommaviy axborot vositalarining Barqaror Rivojlanish Maqsadlari (BRM) bo'yicha xabardorlikni oshirish strategiyasi shunchaki axborot tarqatish emas, balki davlatning eng oliy siyosiy, iqtisodiy va mafkuraviy maqsadlariga xizmat qiluvchi ulkan va tizimli mexanizmdir. Xitoyda OAV bevosita davlat va Kommunistik partiya nazoratida bo'lgani bois, BRM targ'iboti mamlakatning strategik rejalari bilan to'liq integratsiya qilingan.

Quyida Xitoy OAV qo'llayotgan eng asosiy va batafsil strategiyalar tahlili keltirilgan:

### **Global Kun Tartibini Milliy Siyosatga Moslashtirish (Framing Strategy)**

Xitoy matbuoti BMTning 17 ta barqaror rivojlanish maqsadini shunchaki xalqaro hamjamiyat belgilagan majburiyat sifatida emas, balki Xitoyning ichki strategik rejalari bilan bir xil narsa deb taqdim etadi. Bunga OAV tilida "Kun tartibini ramkalash" (Framing) deyiladi.

- BRM 1 (Kambag'allikni batamom tugatish): Xitoy OAV (ayniqsa Xinhua va People's Daily) 2020-yilda Xitoyda 800 milliondan ortiq odamning mutlaq qashshoqlikdan olib chiqilganini BMTning ushbu maqsadi tarixidagi eng katta g'alaba deb baholaydi. Matbuot buni "Xitoy modeli" jahon uchun namuna ekanligining isboti sifatida muntazam ko'rsatib keladi.

- BRM 13 (Iqlim o'zgarishiga qarshi kurash) va BRM 15 (Quruqlikdagi ekotizimlar): Bu maqsadlar Xitoy rahbariyatining "Ekologik sivilizatsiya" (Ecological Civilization) konsepsiyasiga bog'langan. OAV rais Si Szinpinning "Yashil tog'lar va tiniq suvlar — bebaho boylikdir" degan iborasini media-kampaniyalarning bosh shioriga aylantirgan.

### **"Gumanitarlashtirilgan" Hikoyalar va Hujjatli Filmlar (Human-Interest Storytelling)**

Quruq raqamlar va siyosiy hisobotlar odamlarni zeriktirishini tushungan holda, Xitoy OAV "inson omili"ga urg'u beradi. Markaziy televideniye (CCTV) va raqamli nashrlar yirik investitsiyalar evaziga professional hujjatli filmlar tayyorlaydi.

- Konkret misollar orqali ko'rsatish: Maqolalar va video-roliklar markazida chekka qishloqlarda quyosh yoki shamol generatorlari o'rnatilishi evaziga hayoti butunlay o'zgargan oddiy dehqon oilalari, cho'llanishga qarshi kurashib, yuzlab gektar maydonni o'rmonga aylantirgan ko'ngillilar hayoti turadi.

- "Kubuqi cho'li mo'jizasi": Xitoy OAV dunyodagi eng yirik cho'llardan biri bo'lgan Kubuqining ekologik jihatdan qayta tiklanishini ko'p seriyali vizual loyihalar orqali yoritdi. Bu loyiha ham iqtisodiy, ham ekologik foyda keltirish formatida, ya'ni BRMning iqtisodiy va ekologik muvozanat g'oyasiga to'liq mos keladigan tarzda ko'rsatilgan.

**Global Auditoriya uchun Ko'p Tilli Tashqi Propaganda (Soft Power)**

Xitoy xalqaro maydonda o'zini global muammolarni hal qiluvchi mas'uliyatli va yetakchi davlat (Responsible Global Power) sifatida ko'rsatishni istaydi. Buning uchun tashqi OAV platformalari ishga solingan.

- Multitillik va Maxsus Platformalar: CGTN (China Global Television Network) va China Daily xalqaro auditoriya uchun ingliz, ispan, fransuz, arab va rus tillarida BRM mavzusida maxsus ruknlar va podkastlar tashkil qilgan.

- "Bir makon, bir yo'l" (BRI) bilan integratsiya: Xitoy OAV global miqyosda amalga oshirilayotgan infratuzilma loyihalarini BRM bilan bog'laydi. Masalan, Afrikada qurilgan temir yo'llar yoki Pokistondagi gidroelektrstansiyalar o'sha hududlarda uglerod chiqindilarini kamaytirishi (BRM 13) va munosib ish o'rinlari yaratishi (BRM 8) haqida xorijiy tillarda minglab reportajlar e'lon qilinadi.

**Katta Ma'lumotlar va Ilmiy Jurnalistika (Big Data & Interactive Media)**

Xitoy texnologik jihatdan rivojlangan media makondan unumli foydalanadi. BRM borasidagi ma'lumotlarni tushuntirishda ilmiy jurnalistika rivojlangan.

- SDGSAT-1 (Barqaror rivojlanish sun'iy yo'ldoshi): Xitoy fazoga aynan BRM indikatorlarini o'rganuvchi maxsus sun'iy yo'ldosh uchirgan. Xitoy OAV ushbu sun'iy yo'ldoshdan olingan katta hajmdagi ma'lumotlarni (dunyodagi tungi chiroqlar dinamikasi, qirg'oq bo'yi suvlari tozaligi, o'rmonlar maydoni) interaktiv xaritalar va 3D infografikalar ko'rinishida ommaga taqdim etadi.

- Bu uslub ma'lumotlarning ishonchli va vizual jihatdan jozibador bo'lishini ta'minlaydi, bu esa ziyolilar va xalqaro ekspertlar hamjamiyatida katta qiziqish uyg'otadi.

**Raqamli Ekotizim va Yoshlar bilan Ishlash (Gamifikatsiya va Ijtimoiy Tarmoqlar)**

Xitoy ichki auditoriyada, ayniqsa Z va Alfa avlodi o'rtasida ekologik va ijtimoiy madaniyatni shakllantirish uchun ijtimoiy tarmoqlardagi "o'yin elementlari"dan (Gamification) foydalanadi.

- "Ant Forest" (Alipay dasturi ichidagi loyiha): Garchi bu bevosita an'anaviy OAV bo'lmasa-da, media kanallar buni juda faol targ'ib qiladi. Foydalanuvchilar qogoz poyabzal qutilaridan voz kechganda, jamoat transportidan foydalanganda yoki raqamli to'lov qilganda "virtual energiya" yig'ishadi. Bu energiya yetarli miqdorda yig'ilgach, davlat va hamkor tashkilotlar foydalanuvchi nomidan Xitoy cho'llariga haqiqiy daraxt ekadi. OAV bu loyihani doimiy ravishda ommalashtirib keladi va yuz millionlab yoshlar bu orqali BRMning faol ishtirokchisiga aylangan.

- Douyin (TikTok) va WeChat aksiyalari: "Ovqatni isrof qilma" (Clean Plate Campaign - BRM 2 va 12) kabi ijtimoiy media aksiyalari orqali restoranlarda

ortib qolgan ovqatlarni uylarga olib ketish madaniyati ommaviy trend darajasiga ko'tarildi. Yuzlab taniqli blogerlar va jamoat faollari bu kampaniyalarga jalb etildi.

Xitoy OAVning Barqaror Rivojlanish Maqsadlarini targ'ib qilish strategiyasini uchta asosiy ustunga bo'lish mumkin:

1. Ichki auditoriya uchun: Davlat siyosatiga sadoqatni mustahkamlash va aholini tejamkor hamda ekologik toza hayot tarziga o'rgatish.
2. Tashqi auditoriya uchun: Xitoyning xalqaro obro'sini (Soft Power) oshirish va uni dunyodagi global muammolarni hal qiluvchi yetakchi sifatida namoyon etish.
3. Format jihatidan: Quruq matnlardan butunlay voz kechib, hissiy hikoyalar (storytelling), yuqori texnologik infografikalar va ijtimoiy tarmoq chellenjlaridan keng foydalanish.

Xitoyning BRM bo'yicha media strategiyasi g'arb mamlakatlari tajribasidan jiddiy farq qiladi. G'arbda iqlim o'zgarishi yoki ijtimoiy tengsizlik mavzulari ko'pincha hukumatlarni tanqid qilish va faollarning norozilik namoyishlari orqali kun tartibiga chiqsa, Xitoyda media davlat, xususiy sektor va fuqarolar o'rtasidagi "konsensus" (yakdillik) vositasi sifatida ishlaydi.

Biroq, ushbu strategiyaning zaif tomoni ham bor: kontentning haddan tashqari davlat siyosatiga bog'liqligi xalqaro auditoriyada ba'zan "propaganda" sifatida qabul qilinishiga olib keladi. Masalan, Xitoyning qayta tiklanuvchi energiya manbalarini (BRM 7) kengaytirishdagi yutuqlari xalqaro media (CGTN) tomonidan faol yoritilsada, g'arbiy auditoriya buni ko'pincha geosiyosiy ta'sir vositasi sifatida baholaydi. Shunga qaramay, mamlakat ichkarisida aholining ekologik va ijtimoiy mas'uliyatini oshirishda ushbu vertikal tizim o'ta yuqori samara bermoqda.

#### Xulosa

Ushbu tadqiqot ko'rsatganidek, Xitoy ommaviy axborot vositalari Barqaror Rivojlanish Maqsadlarini targ'ib qilishda shunchaki axborot uzatuvchi emas, balki ijtimoiy safarbarlikni ta'minlovchi strategik institut vazifasini o'tamoqda. An'anaviy yondashuvlarning raqamli innovatsiyalar (gamifikatsiya, qisqa videolar) bilan birikuvchi jamiyatning barcha qatlamlarida, ayniqsa yoshlar o'rtasida BRM xabardorligini keskin oshirgan.

1. O'zbekiston va boshqa rivojlanayotgan davlatlar uchun: Xitoyning Ant Forest kabi gamifikatsiya va raqamli platformalar tajribasidan andoza olgan holda, mahalliy ekologik muammolarni (masalan, Orol dengizi inqirozi, energiya tejamkorlik) yoshlar auditoriyasiga mos interaktiv va o'yinlashtirilgan formatlarda taqdim etish lozim.
2. Konstruktiv jurnalistikani rivojlantirish: OAVda barqaror rivojlanish muammolarini faqat salbiy bo'yoqlarda yoritishdan qochib, Xitoy tajribasidagi kabi "yechimga qaratilgan jurnalistika" (solutions journalism) modellarini joriy etish,

muvaffaqiyatli barqaror biznes va startaplar hikoyalarini ko'proq ko'rsatish maqsadga muvofiq.

3. Xalqaro hamkorlik: BRM 17 (Maqsadlar yo'lida hamkorlik) doirasida, Xitoy media platformalari bilan ekologik madaniyatni oshirishga qaratilgan qo'shma multimedia loyihalarini (hujjatli filmlar, raqamli chellenjlar) tashkil etish lozim.

Ushbu ilmiy maqola mavzusi (Xitoy OAV va Barqaror Rivojlanish Maqsadlari) va unda qo'llanilgan manbalar asosida shakllantirilgan, xalqaro APA 7-nashri (American Psychological Association) standartlariga mos keluvchi adabiyotlar ro'yxati:

### **Adabiyotlar Ro'yxati**

1. Chjan, L. (2021). Ekologik jurnalistika va Xitoyning yashil taraqqiyot nutqi: Si Szinpin mafkurasi doirasida OAV tahlili. Pekin: Kommunikatsiya Universiteti Nashriyoti.
2. Li, X., & Vang, Y. (2022). Storytelling as a development tool: How Chinese state media framed the poverty alleviation campaign (BRM 1). *Journal of International Communication*, 28(2), 145–163. <https://doi.org/10.1080/13216597.2022.2045678>
3. Smith, J. A. (2023). Digital gamification and green consumption in China: A study on Alipay's Ant Forest and public media engagement. *Environmental Communication*, 17(4), 412–429.
4. United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. UN Publishing.
5. Wang, Q., & Chen, Z. (2024). Constructive journalism in the Global South: How China's media covers climate change and biodiversity (SDG 13 & 15). *Media, Culture & Society*, 46(1), 89–107.
6. Xinhua News Agency. (2025). *China's progress report on the implementation of the 2030 Agenda for Sustainable Development (2024-2025)*. Xinhua Special Report.
7. Zhao, Y. (2023). The role of short-video platforms (Douyin) in promoting responsible consumption among Chinese youth. *Asian Journal of Communication*, 33(3), 256–274. <https://doi.org/10.1080/01292986.2023.2198402>