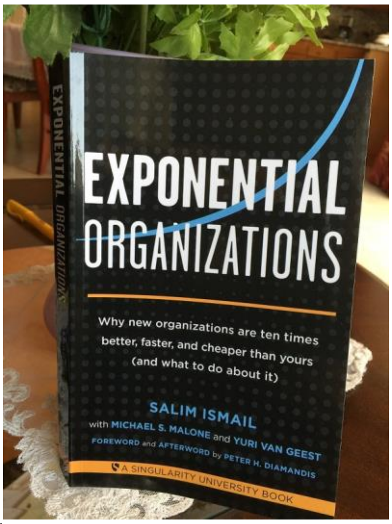
قاتسانلىق تەشكىلاتلار

ئەلىۋكسەل

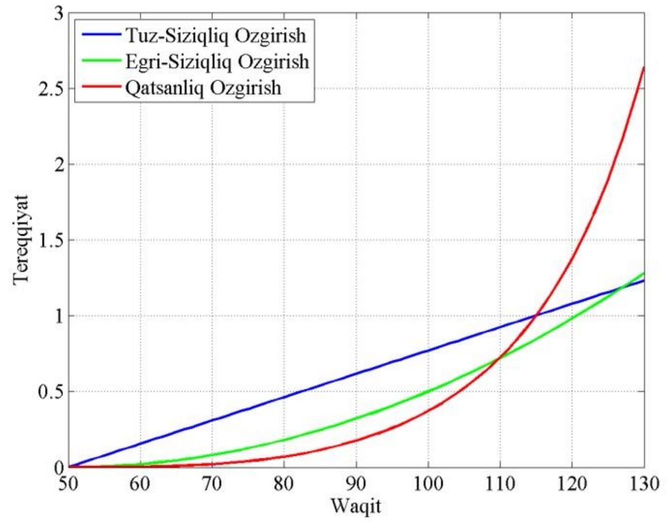
2016-يىلى 6-ئاينىڭ 24-كۈنى

مەن يېقىندا ئىدارىمىزدە ئورۇنلاشتۇرۇلغان «قاتسانلىق تەشكىلاتلار» (Exponential Organizations) دېگەن تېمىدىكى بىر سېمىنار (لېكسىيە) غا قاتناشتىم. لېكسىيە بەرگۈچىنىڭ ئىسمى «سالىم ئىسمائىل» بولۇپ، ئۇ تېگى ھىندىستانلىق كانادا گراجدانى ئىكەن. ئۇ ھازىر ئامېرىكىنىڭ شىمالىي كالىفورنىيە رايونىغا جايلاشقان كرېمنىي جىلغىسىدىكى بىر تونۇلغان مەبلەغ سالغۇچى، ئۇتۇقچى، مەسلىھەتچى، كارخانىچى ۋە ئىستراتېگىيە مۇتەخەسسىسى ئىكەن. سالىم ئەپەندىنىڭ 2014-يىلى نەشر قىلدۇرغان بىر ئىنگلىزچە كىتابى بار بولۇپ، كىتابىنىڭ ئىسمىمۇ «قاتسانلىق تەشكىلاتلار» ئىكەن. ھېلىقى لېكسىيەدىن كېيىن، مەن amazon.com تور شىركىتىدىن ھېلىقى كىتابتىن بىر دانە سېتىۋېلىپ، ئۇنى بىر قۇر ۋاراقلاپ چىقتىم.



1-رەسىم: سالىم ئىسمائىل ئەپەندىنىڭ «قاتسانلىق تەشكىلاتلار» دېگەن كىتابىنىڭ بىر كۆرۈنۈشى.

ئومۇملاشتۇرۇپ ئېيتقاندا، بىر قىسىم شىركەتلەرنىڭ تەرەققىيات ئەھۋالى بىلەن ۋاقىتنىڭ مۇناسىۋىتىنى ماتېماتىكىلىق فورمۇلا بىلەن ئىپادىلىسەك، مۇنداق 3 خىل مۇناسىۋەتكە ئېرىشىمىز: (1) تۈز سىزىقلىق مۇناسىۋەت، (2) ئەگرى سىزىقلىق مۇناسىۋەت، ۋە (3) قاتسانلىق مۇناسىۋەت. بۇ مۇناسىۋەتلەرنى بىر رەسىم شەكلىدە 2-رەسىمدىكىدەك كۆرسىتىش مۇمكىن.



2-رەسىم: تەرەققيات بىلەن ۋاقىتنىڭ 3 خىل مۇناسىۋىتى. تۈز (ياكى توغرا) ئوق ۋاقىتنى، تىك ئوق بولسا تەرەققياتنى كۆرسىتىدۇ. تۈز ئوقتىكى سانلارغا 1900 نى قوشۇپ، ئۇنى «يىل» دەپ ھېسابلىسىڭىزمۇ بولىدۇ. مەسىلەن، رەسىمدىكى 50 نى 1950-يىلى، رەسىمدىكى 115 نى بولسا 2015-يىلى، دەپ پەرەز قىلسىڭىزمۇ بولىدۇ. كۆك سىزىق تۈز سىزىقلىق ئۆزگىرىشنى، يېشىل سىزىق ئەگرى سىزىقلىق ئۆزگىرىشنى، ۋە قىزىل سىزىق بولسا قاتسانلىق ياكى ئۇننىڭ دەرىجىسى بويىچە ئۆزگىرىشنى كۆرسىتىدۇ.

تۆۋەندىكى جەدۋەلدە يۇقىرىدىكى 3 خىل مۇناسىۋەتنىڭ ماتېماتىكىلىق فورمۇلا مىساللىرىنى كۆرسىتىپ قويدۇم:

x = ۋاقىت، y = تەرەققيات	
تۈز-سىزىقلىق ئۆزگىرىش	$y = ax$
ئەگرى-سىزىقلىق ئۆزگىرىش	$y = ax^2$
قاتسانلىق ياكى ئۇننىڭ دەرىجىسى بويىچە ئۆزگىرىش	$y = 10^x$

سالىم ئەپەندىنىڭ لېكسىيەسى ۋە كىتابىدىكى «قاتسانلىق تەشكىلاتلار» دېگەن سۆز ئەمەلىيەتتە «قاتسان بويىچە تەرەققىي قىلىدىغان تەشكىلاتلار»، «ئۇننىڭ دەرىجىسى بويىچە تەرەققىي قىلىدىغان تەشكىلاتلار»، ۋە «قاتسان بويىچە ئۆسۈپ ماڭىدىغان كارخانىلار»، دېگەن مەنىنى بىلدۈرىدۇ.

سالىم ئەپەندى لېكسىيە داۋامىدا ئۆزى ئىشلەپ باققان ۋە ئوبدان بىلىدىغان بىر قىسىم «قاتسانلىق كارخانىلار» نى تونۇشتۇرۇپ ئۆتتى. شۇنداقلا تېخنولوگىيە جەھەتتىكى پۈتۈن دۇنياغا تەسىر كۆرسىتىدىغان يېڭىلىقلارنىمۇ ئازراق تىلغا ئېلىپ ئۆتتى. مەن ئاڭلىغان ھېلىقى يېڭىلىقلار مېنى بىر ئاز ھەيران قالدۇردى. شۇنداقلا ئۆزىمىزنىڭ ئەھۋالى كۆڭلۈمنى بىر ئاز يېرىم قىلدى. مېنىڭ مۆلچەرىمچە، ئۇيغۇرلار كارخانىچىلىقنى بۇنىڭدىن 10 – 15 يىللار ئىلگىرى نۆلدىن باشلاپ ۋۇجۇدقا كەلتۈرۈشكە باشلىغان، ھەممە قۇرغان كارخانىلىرىنى ئاساسەن تۈز سىزىق بويىچە تەرەققىي قىلدۇرۇۋاتقان ئىدى. ئۇيغۇرلار تېخى «سانائەت مىللىتى» دېيىلىشتىن كۆپ يىراق ئىدى. ئۇيغۇرلار كارخانىچىلىق يولىغا ئەمدى كىرىپ، بىر تۈز سىزىق بويىچە مېڭىشنى باشلىغاندا، دۇنيادىكى بىر قىسىم شىركەتلەر ھازىر قاتسانلىق شەكىلدە ئۆزگەرگىلى، ۋە قاتسانلىق شەكىلدە تەرەققىي قىلغىلى تۇرۇپتۇ.

ئەنگلىيەلىك داڭلىق يازغۇچى دوگلاس ئەدەمس (Douglas Adams) مۇنداق دەيدۇ:

--(1) سىز تۇغۇلغاندا دۇنيادا مەۋجۇت بولۇپ تۇرغان نەرسىلەرنىڭ ھەممىسى نورمال ۋە ئادەتتىكى نەرسىلەر بولۇپ، ئۇلار دۇنيانىڭ تەبىئىي ھەرىكەت تەرتىپىگە بويسۇنىدىغان نەرسىلەر بولۇپ ھېسابلىنىدۇ.

--(2) سىز 15 – 35 ياشتىكى ۋاقتىتا كەشىپ قىلىنغان نەرسىلەر يېڭى نەرسىلەر، كىشىنى ھاياجانغا سالىدىغان نەرسىلەر ۋە ئىنقىلابىي نەرسىلەر بولۇپ، سىز ئاشۇ نەرسىلەرنى ئىشلەپچىقىرىدىغان شىركەتلەرنىڭ بىرەرسىدە خىزمەت تاپالىشىڭىز مۇمكىن.

--(3) سىزنىڭ يېشىڭىز 35 تىن ھالقىغان ۋاقىتتا كەشىپ قىلىنغان نەرسىلەر تەبىئىي تەرتىپلەرگە بويسۇنمايدىغان نەرسىلەر بولۇپ ھېسابلىنىدۇ.

دەسلەپكى باسقۇچتا تۇرۇۋاتقان يېڭى تېخنولوگىيە شىركەتلىرىگە مەبلەغ سالىدىغان، باش شتابى ئامېرىكىنىڭ نيۇ يورك شەھىرىگە جايلاشقان بىر شىركەتنىڭ لىدېرى، داڭلىق ئەرباب دەيۋىد روز (David Rose) مۇنداق دەيدۇ: «20-ئەسىردە مۇۋەپپەقىيەتلىك بولۇشقا لايىھەلەنگەن ھەر قانداق بىر شىركەت 21-ئەسىردە چوقۇم مەغلۇپ بولىدۇ.»

مېنىڭ بىرەر ئىشقا كۆڭلۈم يېرىم بولغاندا، ياكى مەن بىرەر ئىشتا ئوڭۇشسىزلىققا يولۇققاندا، چۈشكۈنلىشىپ ئولتۇرمايمەن، ۋە ئۈمىدسىزلىنىپ ياشىمايمەن. ئۇنىڭ ئورنىغا مەن شۇ ۋاقىتنىڭ ئۆزىدىلا «مەن بۇنىڭدىن كېيىن ئېلىشقا تېگىشلىك ئەڭ ياخشى قەدەم قايسى؟» دەپ ئويلاشنى باشلايمەن. مەن ئۇيغۇر كارخانىچىلاردىن ۋە بۇنىڭدىن كېيىن كارخانىچىلار قوشۇلىدىغان ياشلاردىنمۇ ئاشۇنداق قىلىشنى ئۈمىد قىلىمەن. ھەمدە قولىدىن كېلىدىغان قېرىنداشلارغا يۇقىرىدىكى «قاتسانلىق تەشكىلاتلار» دېگەن كىتابنى ئۇيغۇرچىغا تەرجىمە قىلىشنى، ھەمدە ئۇيغۇر كارخانىچىلارغا ئاشۇ كىتابنى بىر قېتىم ئوقۇپ بېقىشنى تەۋسىيە قىلىمەن.

«قاتسانلىق تەشكىلاتلار» نىڭ ئالاھىدىلىكى تېز سىزىق بويىچە ئۆسىدىغان شىركەتلەرگە قارىغاندا 10 ھەسسە ياخشىراق بولۇش، شىركەتنى ماڭدۇرۇش چىقىمى 10 ھەسسە تۆۋەنرەك بولۇش، ۋە ئۆسۈش سۈرئىتى 10 ھەسسە تېزرەك بولۇش. تۆۋەندە مەن «قاتسانلىق تەشكىلاتلار» غا بىر قانچە مىسال كەلتۈرەي:

--«Airbnb» دېگەن شىركەت 2008-يىلى ئامېرىكا كالىفورنىيە شتاتى سان فرانسىسكو شەھىرىدە قۇرۇلغان. ئۇنىڭ قىلىدىغان ئىشى كىشىلەرنىڭ بىكار تۇرىدىغان ئۆيلىرىنى يۆتكىلىپ ساياھەت قىلغۇچىلارغا ۋاقىتلىق ئىجارىگە بېرىپ تۇرۇش مۇلازىمىتىنى قىلىش. بۇ شىركەتنىڭ ئۆزىنىڭ ھېچ قانداق ئىجارىگە بېرىدىغان ئۆيلىرى ياكى بىنالىرى يوق. ئەگەر سىزنىڭ 4 ياتاقلىق ئۆيىڭىز بار بولۇپ، ئۇنىڭ ئىچىدىكى 2 ياتاق ئۆي ئادەتتە بىكار تۇرسا، سىز «Airbnb» ئارقىلىق ھېلىقى 2 ياتاق ئۆيىڭىزنى سىز تۇرۇۋاتقان يەرگە ساياھەت قىلىپ كەلگەن كىشىلەرگە ۋاقىتلىق ئىجارىگە بېرىسىز. مەسىلەن، ئىككى كۈنلۈك ياكى بىر ھەپتىلىك دېگەندەك. ئۆيىڭىزگە كېلىپ تۇرغان ساياھەتچىلەر پۇلنى تور ئارقىلىق شىركەتكە ئالدىن تاپشۇرىدۇ. شىركەت ئاندىن ئۇ پۇلنىڭ ئۆزىگە تېگىشلىك قىسمىنى ئېلىپ قېلىپ، سىزگە تەۋە قىسمىنى سىزگە ئايدا بىر-ئىككى قېتىم تارقىتىپ بېرىدۇ. ئەگەر سىز بىر يەرگە ساياھەتكە بارماقچى بولسىڭىز، «Airbnb» نىڭ تور بېتى ئارقىلىق تۇرىدىغان ئۆيلەرنى ئالدىن ئۇقۇشقۇشۇپ، بانكا ئۇچۇرلىرىڭىزنى ئاشۇ شىركەتنىڭ تور بېتىگە كىرگۈزۈپ قويىسىز. ھەمدە ھەر بىر يەرگە بارغاندا ئالدىن كېلىشىپ قويغان ئۆيگە بېرىپ تۇرىسىز. ياتاق ھەققىنى شىركەت سىزنىڭ بانكىڭىزدىن بىۋاستە ئېلىۋالىدۇ. ئاشۇنداق ياتاقتا تۇرۇش ھەققى نورمال مېھمانخانىلارنىڭ ھەققىدىن كۆپ ئەرزان بولىدۇ. بۇ شىركەت ئۇچقاندەك تەرەققىي قىلدى. ئۇ ھازىر ئىجارىگە بەرمەكچى بولغان ئۆيلەر تىزىملىكىدە 1.5 (بىر يېرىم) مىليوندىن ئارتۇق ياتاق بار بولۇپ، ئۇلار 191 دۆلەتتىكى 34000 دىن ئارتۇق شەھەرگە تارقالغان. بۇ شىركەتنىڭ ھازىرقى بازار قىممىتى 20 مىليارد دوللار، دەپ مۆلچەرلەنمەكتە. يەنى، «Airbnb» قۇرۇلۇپ 8 يىل ئۆتۈپلا ئۇنىڭ بازار قىممىتى 20 مىليارد دوللارغا يەتكەن.

--«ئۇبېر» (Uber) دېگەن شىركەتمۇ 2009-يىلى سان فرانسىسكودا قۇرۇلغان. ئۇنىڭ قىلىدىغان ئىشى ئۆز ماشىنىسىنى تاكسى قىلىپ پۇل تاپىدىغان كىشىلەر بىلەن تاكسىدا ئولتۇرماقچى بولغان يولۇچىلارنى بىر-بىرىگە ئۇچراشتۇرۇپ قويۇش. مەخسۇس ئۇبېر ئۈچۈن ياسالغان بىر يانفون ئەپى بار بولۇپ، سىز ئۆيىڭىزدىن بىر يەرگە

بارماقچى بولسىڭىز، ئۆيىڭىزدە ئولتۇرۇپلا يانفون ئەپكە بىر ئۇچۇر كىرگۈزىسىز. شۇ ۋاقىتتا ئۇبېرلىق قىلىپ، سىزنىڭ ئۆيىڭىزگە ئەڭ يېقىن كېلىپ قالغان بىر ئۇبېر شوپۇرى سىزنى 5 – 10 مىنۇت ئىچىدە ئېلىۋالىدىغانلىقى، ھەمدە سىزنىڭ بۇ سەپىرىڭىزگە قانچە پۇل كېتىدىغانلىقى ھەققىدە سىزگە جاۋاب قايتۇرىدۇ. سىز ئۇنى قوبۇل قىلسىڭىز، ئۇ شوپۇر ئۆيىڭىزگە 5 – 10 مىنۇت ئىچىدىلا كېلىدۇ. سىز ئۆزىڭىزنىڭ بانكا ئۇچۇرلىرىڭىزنى بۇرۇن بىر قېتىملا تور ئارقىلىق ئۇبېر شىركىتىگە يوللاپ بولغان بولۇپ، سىز ھەر قېتىم ئۇبېردا ئولتۇرغاندا، ئۇبېر شىركىتى كىرا ھەققىنى بانكىڭىزدىن بىۋاستە ئېلىۋالىدۇ. ھەمدە ئۇبېر شوپۇرلىرىغا ھەر ئايدىكى تاپقان كىرىمىگە قاراپ پۇل تارقىتىدۇ. سىز ھەرگىزمۇ شوپۇرغا پۇل تۆلىمەيسىز. ئۇبېر ھەققى تاكسىنىڭكىدىن كۆپ ئەرزان، ھەمدە ئىنتايىن قولايلىق بولغاچقا، ئۇ ئىنتايىن تېز تەرەققىي قىلىپ، پۈتۈن دۇنياغا كېڭىيىۋاتىدۇ. ئۇبېر شىركىتىنىڭمۇ ئۆزىنىڭ تاكسى ئورنىدا ئىشلىتىدىغان ماشىنىسى يوق. ئەگەر سىزنىڭ بىر پۈتۈن كۈنلۈك خىزمىتىڭىز بار بولۇپ، ئاخشىمى ئۆزىڭىزنىڭ ماشىنىسىنى ھەيدەپ، ئۇبېر شوپۇرلۇقى قىلماقچى بولسىڭىز، ئۇبېر شىركىتىگە تىزىملىتىپ، شۇنداق قىلالايسىز. ھازىر مەخسۇس ياكى قوشۇمچە ئۇبېر شوپۇرلۇقى قىلىۋاتقان ئۇيغۇرلارمۇ خېلى كۆپ بولۇپ، مېنىڭ بىلىشىمچە ئامېرىكىدا پۈتۈن كۈن ئۇبېرلىق قىلىدىغانلار كۈنىگە 200 دوللار تاپالايدىكەن. ئۇبېر شىركىتىنىڭ 2015-يىلىدىكى بازار قىممىتى 62.5 مىليارد دوللار، دەپ باھالاندى. سالىم ئەپەندىنىڭ دېيىشىچە، يەنە 10 يىلدىن كېيىن ماشىنا ھەيدەش يېشىغا توشىدىغان ئامېرىكىلىق ئۆسمۈرلەر ئۇچۇن شوپۇرلۇق كىنىشكىسى ئېلىش ھاجەتسىز ئىكەن. يەنى، ئۇ چاغدا كۆپىنچە ئادەملەر ماشىنا سېتىۋالماي، ئۇبېرغا ئوخشاش مۇلازىمەتلەردىن پايدىلىنىدىغان بولۇپ كېتىدىكەن.

--جۇڭگودىكى «Alibaba» شىركىتىمۇ مۇشۇنىڭغا بىر مىسال بولالايدۇ.

«قاتسانلىق تەشكىلاتلار» دېگەن كىتابقا بېغىشلىما يازغان كىشى، كىرىمنىي جىلغىسىدىكى ئىككى شىركەتنىڭ مەسئۇلى پېتېر دىئاماندىس (Peter H. Diamandis) ئەپەندى ئۆز بېغىشلىمىسىدا مۇنداق دەيدۇ (نەقىل):

بۈگۈنكى بىردىن-بىر تۇراقلىق سان «ئۆزگىرىش» تىن ئىبارەت بولۇپ، ئاشۇنداق ئۆزگىرىش بارغانسېرى تېزلىشىپ مېڭىۋاتىدۇ. سىزنىڭ ھازىرقى رىقابەتچىڭىز ھەرگىزمۇ چەت ئەلدىكى كۆپ ئەللەرگە تارقالغان چوڭ كارخانىلار بولماستىن، بەلكى كىرىمنىي جىلغىسى ياكى ھىندىستان مۇمباي رايونىنىڭ «باندرا» دېگەن يېرىدە ياشاپ، ئۆز ئۆيىنىڭ گاراژىدا ئەڭ يېڭى ئىنتېرنېت قوراللىرىدىن پايدىلىنىپ، ئۆزلىرىنىڭ ئەڭ يېڭى كەشپىياتلىرىنى لايىھىلەيدىغان ۋە ئۇلارنى بۇلۇت پرىنتېر (خەت بېسىش ماشىنىسى، cloud printer) دە بېسىپ چىقىرىدىغان كىشىلەردىن ئىبارەت.

ئەمما ھازىرقى مەسىلە مۇنداق:
--بۇ كەشپىيات كۈچلىرىنى قانداق باشقۇرىسىز؟
--ھازىر كىشىلەرنىڭ يېڭىلىق يارىتىشى ئىنتايىن تېز، ئىنتايىن ماسلىششچان ۋە ئىنتايىن زامانىۋى. سىز ئاشۇنداق كىشىلەرنى ئۆز ئىچىگە ئالغان كارخانىلارنى قانداق ۋۇجۇدقا كەلتۈرەلەيسىز؟
--سىز ھازىرقى ئۆزلۈكسىز تېزلىشىپ تەرەققىي قىلىۋاتقان يېڭى دۇنيادا باشقىلار بىلەن قانداق رىقابەتلىشىسىز؟
--سىز شىركەت كۆلىمىنى قانداق ئورۇنلاشتۇرىسىز؟
يۇقىرىقى سوئاللارنىڭ جاۋابى: بىر قاتسانلىق تەشكىلات بەرپا قىلىشتىن ئىبارەت.» (نەقىل تۈگىدى)

مەن ئالدىنقى بىر پارچە يازمامدا يولۇچىلارنى ئاسماندا توشۇيدىغان بىر خىل شوپۇرسىز تاكسىنى تونۇشتۇردۇم. ئاشۇ تاكسى يېڭى تېخنولوگىيە ساھەسىدە ۋۇجۇدقا كېلىۋاتقان يېڭىلىقلارنىڭ بىر مىسالى بولۇپ، ئاشۇنداق يېڭىلىقلارنى تونۇشتۇرۇشنى مەن بۇنىڭدىن كېيىنمۇ كۈچۈمنىڭ يېتىشىچە داۋاملاشتۇرىمەن.

بار ئىمكانىيىتىمىز دائىرىسى ئىچىدە بۇنىڭدىن كېيىن ماڭىدىغان يوللىرىمىز ھەققىدە توغرا تاللاشقا ئىگە بولۇشتا، ئۆزىمىزنىڭ نەدىن كەلگەنلىكىمىزنى، يەنى ھازىرغىچە قانداق تارىخىي دەۋر ۋە تارىخىي جەريانلارنى بېسىپ ئۆتكەنلىكىمىزنى توغرا ۋە تولۇق چۈشىنىۋېلىش تولىمۇ مۇھىم. بىز ئۇيغۇرلار بىر مۇسۇلمان خەلق. بىزنىڭ ئۆتمۈشىمىز ئىسلام دىنى ۋە ئۇنىڭ تارىخى بىلەن زىچ مۇناسىۋەتلىك. شۇڭلاشقا ئايدىڭلاشتۇرۇۋېلىشقا تېگىشلىك

مەسىلىلەر ئىچىدە ئىسلام تارىخى، مۇسۇلمانلار تارىخى، دىن ۋە ئىلىم-پەن، دىن ۋە مەدەنىيەت، دىن ۋە مىللەت، دىن ۋە زامانىۋىلىق، بۇيرۇلغان ياردەم ۋە تىرىشچانلىق، ۋە ئىبادەت ۋە تىرىشچانلىق قاتارلىق بىر قاتار مەسىلىلەر بار بولۇپ، ئاشۇ مەسىلىلەر ئۈستىدە ئالدىنقى بىر-ئىككى يىلنىڭ مابەينىدە ئۇيغۇرچە تورلاردا بىر قىسىم ماقالىلەر ئېلان قىلىندى. بىز چۈشىنىۋېلىشقا تېگىشلىك يەنە بىر مۇھىم مەسىلىمۇ بار. ئۇ بولسىمۇ، ياۋروپا ئەللىرى بىلەن ئاسىيا ئەللىرىنىڭ تۈپ پەرقى. مەن كېلەر ھەپتە بىر «تونۇشۇم» نىڭ مۇشۇ مەسىلە ئۈستىدە توختالغان بىر پارچە ماقالىسىنى تورلارغا يوللايمەن. بىز يۇقىرىدىكى مەسىلىلەر ئۈستىدە يېتەرلىك مىقداردىكى چۈشەنچىلەرگە ئىگە بولغاندىن كېيىن، ئاندىن تەرەققىياتتا ئۆزىمىزنىڭ نېمە ئۈچۈن ھازىرقىدەك بىر ھالەتكە كىرىپ قالغانلىقىنى بىر قەدەر ئىلمىي ۋە توغرا يوسۇندا چۈشىنىۋالالايمىز. يۇقىرىقى مەسىلەرنى ئايدىڭلاشتۇرۇۋېلىش ھازىر ئوتتۇرا ۋە ئالىي مەكتەپلەردە ئوقۇۋاتقان ئۇيغۇر ياشلىرى ئۈچۈن تولىمۇ مۇھىم. يەنى، ئۇيغۇرلارنىڭ تەرەققىياتتا زامانىۋىلىققا يېتىشىۋېلىشىدا ھازىر ئوتتۇرا مەكتەپ ۋە ئالىي مەكتەپلەردە ئوقۇۋاتقان ياشلار ۋە بۇنىڭدىن كېيىن ئۆسۈپ يېتىلىدىغان ياش-ئۆسمۈرلەر ئىچىدىكى ئۆزىنىڭ رولىنى، ئۆزىنىڭ ئورنىنى، ئۆزىنىڭ مەسئۇلىيىتىنى ۋە ئۆز ھاياتىنىڭ قىممىتىنى توغرا ۋە تولۇق چۈشىنىدىغان ياشلار ئىنتايىن مۇھىم رول ئوينايدۇ. ئۇيغۇرلار زامانىۋىلىققا ئىنتايىن تۆۋەن نۇقتىدىن كىردى. ئەمما، مېنىڭچە بىر قانچە ئەۋلاد ئۇيغۇر ياشلىرىنىڭ قاتتىق تىرىشىشى بىلەن بىزنىڭ زامانىۋىلىققا يېتىشىۋېلىشىمىزدىن ئۈمىد بار.

مەن ئەڭ ئاخىرىدا ماڭا «exponential» دېگەن ئىنگلىزچە سۆزنى ئۇيغۇرچە «قاتسانلىق» دەپ ئېلىش تەكلىپىنى بەرگەن تۇرسۇن ئەرتۇنا قېرىندىشىمىزغا رەھمەت ئېيتىمەن.

بۇ ماقالىنى «پىداكار» قېرىندىشىمىز تەھرىرلىدى.